

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В.О. СУХОМЛИНСЬКОГО

Кафедра загальної та прикладної лінгвістики

**НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ КОМПЛЕКС
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА КОМУНІКАЦІЇ

Галузь знань 03 Гуманітарні науки

035 Філологія

Код та найменування спеціальності

035. 10 Філологія (Прикладна лінгвістика)

Предметна спеціалізація

Автор: Каленюк С.О.
кандидат філологічних наук,
доцент

Затверджено на засіданні кафедри прикладної лінгвістики від «28» серпня 2017 р.

Затверджено на засіданні навчально-методичної комісії філологічного факультету

від «28» серпня 2017 р.

Затверджено на засіданні вченої ради філологічного факультету від «28» серпня 2017 р.

Миколаїв 2017

Витяг із ОКХ

Метою вивчення дисципліни «Теорія і практика комунікації» є пояснення основних термінів комунікативістики, ознайомлення студентів із концепціями і моделями комунікації, представленими у зарубіжній та вітчизняній науці, а також історією розвитку комунікації, висвітленні міждисциплінарних аспектів

теорії комунікації. Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Теорія і практика комунікації» є:

- 1. показати зв'язок теорії комунікації з семіотикою, лінгвістикою, філософією, психологією;
- ввести основні поняття комунікації;
- познайомити з основними теоріями комунікації;
- вивчити структуру комунікативного акту;
- дати опис структури комунікативного акту в різних сферах комунікації (міжкультурній, міжособистісній, масовій);
- створити уявлення про особистісні аспекти комунікатора.

Студенти повинні **знати**: основні теорії і концепції, що відносяться до сфери комунікації і формування громадської думки, а також володіти навичками інформаційно-комунікаційної, рекламної, референтської роботи, бути готовим до самонавчання і самостійної дослідницької діяльності.

вміти:

ясно й логічно висловлювати свої думки; володіти навичками наукової організації праці; розвивати навички самостійного опанування нових знань; працювати з довідковою літературою, різнотипними словниками, електронними базами даних, системами інформаційного пошуку.

Витяг із ООП

Курс «Теорія і практика комунікації» повинен сформувати у студента розуміння особливостей вербальної і невербальної комунікації та її різновидів, надати знання особливостей комунікативного середовища (побутового, виробничого, політичного, торговельного, сфери зв'язків з громадськістю), каналів і різновидів комунікації (усна, друкарська, аудіовізуальна, віртуальна), аудиторій і принципів комунікації; сформувати уміння використовувати принципи теорії комунікації при аналізі комунікативних заходів і подій (прес-конференцій, виставок, семінарів тощо) і при плануванні власної діяльності.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В. О. СУХОМЛИНСЬКОГО
Кафедра загальної та прикладної лінгвістики

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор із науково-педагогічної
роботи _____ Н. І. Василькова
28 серпня 2017 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА КОМУНІКАЦІЇ

Ступінь бакалавра

Галузь знань 03 Гуманітарні науки

035. 10 прикладна лінгвістика

Філологічний факультет

2017 – 2018 навчальний рік

Робоча програма навчальної нормативної дисципліни «Теорія і практика комунікації» для студентів спеціальності 035 Філологія, предметної спеціалізації 035.10 Філологія (Прикладна лінгвістика).

Розробник: Коч Наталя Володимирівна, професор кафедри загальної та прикладної лінгвістики, доктор філологічних наук

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри загальної та прикладної лінгвістики

Протокол № 1 від «28» серпня 2017 р.

Завідувач кафедри _____ (Коч Н. В.)

«28» серпня 2017 р.

Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		<i>денна форма навчання</i>	
Кількість кредитів – 6	Галузь знань 03 Гуманітарні науки Спеціальність 035 Філологія	вибіркова	
	Спеціальність 035 Філологія	<i>Рік підготовки:</i>	
3			
Індивідуальне науково-дослідне завдання <u>реферат</u>	Спеціальність 035 Філологія	<i>Семестр</i>	
Загальна кількість годин – 180		5	6
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 самостійної роботи студента – 1	Освітньо-кваліфікаційний рівень: бакалавр	<i>Лекції</i>	
		10	10
		<i>Практичні, семінарські</i>	
		20	32
		<i>Самостійна робота</i>	
		60	48
		Вид контролю: залік	

Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної та індивідуальної роботи становить: для денної форми навчання 180 год.; 72 год. – аудиторні заняття, 108 год. самостійна робота (30 % / 70 %).

Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета навчальної дисципліни «Теорія і практика комунікації» полягає у поясненні основних термінів комунікативістики, ознайомленні студентів із концепціями і моделями комунікації, представленими у зарубіжній та вітчизняній науці, а також історією розвитку комунікації, висвітленні міждисциплінарних аспектів теорії комунікації. Курс основ теорії комунікації повинен сформувати у студента розуміння особливостей вербальної і невербальної комунікації та її різновидів, надати знання особливостей комунікативного середовища (побутового, виробничого, політичного, торгівельного, сфери зв'язків з громадськістю), каналів і різновидів комунікації (усна, друкарська, аудіовізуальна, віртуальна), аудиторій і принципів комунікації; сформувати уміння використовувати принципи теорії комунікації при аналізі комунікативних заходів і подій (прес-конференцій, виставок, семінарів тощо) і при плануванні власної діяльності.

У рамках дисципліни передбачаються наступні **завдання**:

- показати зв'язок теорії комунікації з семіотикою, лінгвістикою, філософією, психологією;
- ввести основні поняття комунікації;
- познайомити з основними теоріями комунікації;
- вивчити структуру комунікативного акту;
- дати опис структури комунікативного акту в різних сферах комунікації (міжкультурній, міжособистісній, масовій);
- створити уявлення про особистісні аспекти комунікатора.

У результаті засвоєння курсу студент повинен оволодіти такими компетентностями:

Загальнопредметні компетентності:

Застосовує досягнення національної та світової культури у вирішенні власних професійних та життєвих завдань; володіє розвиненою культурою мислення, умінням ясно й логічно висловлювати свої думки; володіє навичками наукової організації праці; розвиває навички самостійного опанування нових знань; уміє працювати з довідковою літературою, різнотипними словниками, електронними базами даних, системами інформаційного пошуку.

Фахові компетентності:

Спеціаліст-комунікатор будь-якої сфери діяльності повинен володіти певними знаннями основ комунікативного процесу і навичками ведення інформаційної діяльності у різних сферах (економіки, виробництва, управління, культури, педагогіки, журналістики, малого бізнесу, в політичній, соціальній, науковій, фінансовій і банківській сферах). Представникові традиційних (учитель, журналіст) та нових професій (прес-секретар, менеджер по рекламі і комунікації, експерт-консультант, референт в державних, комерційних і суспільних установах і організаціях, структурах, спічрайтер, іміджмейкер) потрібно знати основні теорії і концепції, що відносяться до сфери комунікації і формування громадської думки, а також володіти навичками інформаційно-комунікаційної, рекламної, референтської

роботи, бути готовим до самонавчання і самостійної дослідницької діяльності.

Орієнтується в методологічних засадах теорії мовної комунікації, її об'єкті, предметі, передумовах становлення в колі лінгвістичних і нелінгвістичних дисциплін; знає способи комунікативного моделювання, параметри і складники комунікативної ситуації, природу комунікативного впливу; володіє законами і правилами ефективної комунікації; визначає мінімальні одиниці і зразки спілкування; встановлює кількісні параметри різних дискурсивних практик; описує головні текстові і дискурсивні категорії та мовні засоби їхньої репрезентації; здійснює аналіз і коригує тексти відповідно до норм української літературної мови; аналізує та складає ефективні вербальні повідомлення; висвітлює природу мовної комунікації, її типологію за матрицею різноманітних параметрів.

1. Програма навчальної дисципліни

Кредит 1. Комунікація як об'єкт наукового дослідження та навчальна дисципліна.

Тема 1. Теорія комунікації як навчальна дисципліна. Її міжпредметні зв'язки. Поняття комунікації. Функції та типологія комунікації. Комунікативна компетентність. Складові комунікативного акту. Вербальна та невербальна комунікація, (не)конгруентність комунікації.

Тема 2. Складники комунікативної ситуації. Тактики спілкування.

Тема 3. Засоби комунікативних кодів та ефективність їх використання у міжособистісному, міжгруповому та міжкультурному спілкуванні

Кредит 2. Моделі комунікації.

Тема 4. Моделювання у теорії комунікації. Типологія моделей комунікації. Трансмійні моделі комунікації. Нетрансмійні комунікативні моделі.

Тема 5. Моделювання комунікативних ситуацій

Кредит 3. Комунікативні технології.

Тема 6. Комунікативні технології у контексті сучасної культури комунікації. Паблік рилейшнз: принципи та завдання.

Тема 7. Реклама як маркетингова технологія. Перформанс. у політиці.

Тема 8. Політична комунікація. Політичний піар. Спічрайтерство та іміджмейкерство у політиці.

Кредит 4. Ефективна та неефективна комунікація. Комунікативні конфлікти.

Тема 9. Девіантна комунікація. Причини неуспішної комунікації: (ментальні (когнітивні), психологічні, мовні, соціальні, культурні). Типологія девіантної комунікації.

Тема 10. Моделювання ефективної комунікації за НЛП-технологією. Конфліктність. Позитивні та негативні функції конфліктів.

Тема 11. Комунікативний конфлікт. Ознаки конфлікту та його складові. Види конфліктів. Конфлікт «проти «чужих». Параметри діагностування конфлікту. Об'єктивні та суб'єктивні причини його виникнення. Особистісний аспект виникнення конфліктів. Управління конфліктами. Переговори.

Кредит 5. Міжкультурна комунікація.

Тема 12. Міжкультурна комунікація та контекст. Основні аспекти вивчення МКК.

Тема 13. Міжкультурний конфлікт. Культурний шок та його наслідки. Опозиція «свій – чужий» як базова дихотомія міжкультурної комунікації. Культурні традиції. Міжкультурна мовна комунікація. Елементи та категорії «чужого» вербального та невербального коду. Ключові культурні концепти. Український культурний етикет.

Тема 14. Культурні традиції. Міжкультурна мовна комунікація. Елементи та категорії «чужого» вербального та невербального коду.

Тема 15. Ключові культурні концепти. Український культурний етикет.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви кредитів і тем	Кількість годин					
	усь ого	у тому числі				
		л	п	лаб	інд.	сп
1	2	3	4	5	6	7
Кредит 1. Комунікація як об'єкт наукового дослідження та навчальна дисципліна						
Тема 1. Комунікація як об'єкт дослідження. Базові поняття теорії мовної комунікації. Комунікація в навчанні. Закони логіки та використання їх у комунікації.	14	2	4			8
Тема 2. Складники комунікативної ситуації. Тактики спілкування.	12		2			10
Тема 3. Засоби комунікативних кодів та ефективність їх використання у міжособистісному, міжгруповому та міжкультурному спілкуванні.	4	2	2			
Кредит 2. Моделі комунікації						
Тема 4. Моделювання у теорії комунікації. Типологія моделей комунікації. Трансмисійні моделі комунікації. Нетрансмисійні комунікативні моделі.	16	2	2			12
Тема 5. Моделювання комунікативних ситуацій	14		2			12
Кредит 3. Комунікативні технології						
Тема 6. Комунікативні технології у тексті сучасної культури комунікації. лік рилейшнз: принципи та завдання.	11	2	4			5
Тема 7. Реклама як маркетингова логія. Перформанс у політиці.	7		2			5

Тема 8. Політична комунікація. Ітичний піар. Співрайтерство та жмейкерство	12	2	2			8
Усього годин за семестр	90	10	20			60
Кредит 4. Ефективна та неефективна комунікація. Комунікативні конфлікти						
Тема 9. Девіантна комунікація. Причини неуспішної комунікації: (ментальні (когнітивні), психологічні, мовні, соціальні, культурні). Типологія девіантної комунікації.	6	2	4			
Тема 10. Моделювання ефективної комунікації за НЛП-технологією. Конфліктність. Позитивні та негативні функції конфліктів. Комунікативний конфлікт. Ознаки конфлікту та його складові. Види конфліктів. Конфлікт «проти «чужих».	10		2			8
Тема 11. Параметри діагностування конфлікту. Об'єктивні та суб'єктивні причини його виникнення. Особистісний аспект виникнення конфліктів. Управління конфліктами. Переговори.	14	2	2			10
Кредит 5. Міжкультурна комунікація						
Тема 12. Поняття міжкультурної комунікації (МКК). Міжкультурна комунікація та контекст. Основні аспекти вивчення МКК.	6	2	4			
Тема 13. Міжкультурний конфлікт. Культурний шок та його наслідки. Опозиція «свій – чужий» як базова дихотомія міжкультурної комунікації.	10		2			8
Тема 14. Культурні традиції. Міжкультурна мовна комунікація. Елементи та категорії «чужого» вербального та невербального коду.	10		2			8
Тема 15. Ключові культурні концепти. Український культурний етикет.	4	2	2			
Кредит 6. Текст як особливий комунікативний простір						
Тема 16. Текст як мовленнєвий процес, акт, засіб та мета комунікації. Медіативна функція тексту в процесі комунікації. Категорії тексту: зв'язність,	14	2	4			8

цілісність, інтегративність.					
Тема 17. Характеристики текстів за способом презентації (усні, письмові), за структурою (склад: слово, словосполучення, речення), стилістикою (функціональними жанрами).	8		2		6
Тема 18. Рекламний текст.	4		4		
Тема 19. Текст як спосіб пізнання світу: когнітивно-культурологічний аспект.	2		2		
Тема 20. Текстеми. Художній текст.	2		2		
Усього годин за семестр	90	10	32		48
Усього годин	180	20	52		108

6. Теми практичних занять

№ з/п	Тема	Кількість годин
1	Поняття комунікації.	4
2	Складові комунікативного акту	2
3	Засоби комунікативних кодів та ефективність їх використання у міжособистісному, міжгруповому та міжкультурному спілкуванні	2
4	Моделі комунікації	4
5	Комунікативні технології у контексті сучасної культури комунікації. Паблік рилейшнз: принципи та завдання.	4
6	Реклама як маркетингова технологія. Перформанс. у політиці.	2
7	Політична комунікація. Політичний піар. Спічрайтерство та іміджмейкерство	2
	Усього за семестр	20
8	Девіантна комунікація. Причини неуспішної комунікації: (ментальні (когнітивні), психологічні, мовні, соціальні, культурні). Типологія девіантної комунікації.	4
9	Моделювання ефективної комунікації за НЛП-технологією. Конфліктність.	2
10	Параметри діагностування конфлікту. Об'єктивні та суб'єктивні причини його виникнення.	2
11	Поняття міжкультурної комунікації (МКК). Міжкультурна комунікація та контекст. Основні аспекти вивчення МКК.	4
12	Міжкультурний конфлікт. Культурний шок та його наслідки. Опозиція «свій – чужий» як базова дихотомія міжкультурної комунікації.	2
13	Культурні традиції. Міжкультурна мовна комунікація. Елементи та	2

	категорії «чужого» вербального та невербального коду.	
14	Ключові культурні концепти. Український культурний етикет.	2
15	Текст як мовленнєвий процес, акт, засіб та мета комунікації. Медіативна функція тексту в процесі комунікації. Категорії тексту: зв'язність, цілісність, інтегративність.	4
16	Характеристики текстів за способом презентації (усні, письмові), за структурою (склад: слово, словосполучення, речення), стилістикою (функціональними жанрами).	2
17	Рекламний текст.	4
18	Текст як спосіб пізнання світу: когнітивно-культурологічний аспект.	2
19	Текстеми. Художній текст.	2
Всього:		52

8. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Кредит 1. Комунікація як об'єкт наукового дослідження та навчальна дисципліна	
2	Закони логіки та використання їх у комунікації.	8
2	Складники комунікативного процесу.	10
3	Кредит 2. Моделі комунікації	
4	Трансмійні та нетрансмійні комунікативні моделі.	12
5	Моделювання комунікативних ситуацій.	12
6	Кредит 3. Комунікативні технології	
9	Паблік рилейшнз: принципи та завдання.	5
10	Реклама як маркетингова технологія. Перформанс. у політиці.	5
11	Політичний піар. Спічрайтерство та іміджмейкерство	8
12	Кредит 4. Ефективна та неефективна комунікація.	
13	Види конфліктів. Конфлікт «проти «чужих».	8
14	Особистісний аспект виникнення конфліктів. Управління конфліктами. Переговори.	10
15	Кредит 5. Міжкультурна комунікація	
16	Культурний шок та його наслідки. Опозиція «свій – чужий» як нова дихотомія міжкультурної комунікації.	8
17	Елементи та категорії «чужого» вербального та невербального коду.	8
18	Кредит 6. Текст як особливий комунікативний простір	
19	Медіативна функція тексту в процесі комунікації. Категорії тексту: зв'язність, цілісність, інтегративність.	8
20	Характеристики текстів за способом презентації (усні, письмові), за структурою (склад: слово, словосполучення, речення), стилістикою (функціональними жанрами).	6
	Разом:	10

9. Індивідуальне навчально-дослідне завдання

1. До теми «Актуальні питання теорії комунікації. Моделювання комунікативного процесу»

- Напишіть повідомлення на тему «Актуальні питання теорії комунікації», використовуючи список додаткової літератури. Доповніть список опрацьованими вами публікаціями із зазначеної теми.
- Напишіть реферат на тему (тема на вибір):
 - Комунікація тварин.
 - Походження мови.
 - Структура акту комунікації.
 - Міжпредметні зв'язки теорії комунікації.
 - Функції мови.
 - Види невербальної комунікації.
 - Теорія брехні.
 - Комунікативна компетентність вчителя (журналіста, психолога ...).
 - «Моделі комунікації: історичний огляд» (модель на вибір).

Підготуйтеся до співбесіди за темою реферату.

- Змодельуйте комунікативну ситуацію на вибір: «Влаштування на роботу», «Весілля», «Родинне свято», «Знайомство з новим колективом» тощо.
- Проаналізуйте комунікативну ситуацію, описану у творі вашого улюбленого драматурга. План та зразок аналізу фрагменту тексту представлено у підручнику Ф. С. Бацевича «Основи комунікативної лінгвістики» [Бацевич 2009: 304–315].

2. До теми «Комунікативні технології у засобах масової інформації. Масова культура»

- Напишіть реферат з питань історії становлення мистецтва написання та виголошення промов (історичний екскурс у певну епоху чи певну культуру на власний вибір).
- Напишіть прес-реліз або створіть електронну презентацію до свята Слов'янської писемності та культури (див. зразок).
- Підберіть відеоролик демонстрації перформансу.

3. До теми «Комунікативні девіації та конфлікти».

- Написати реферат на тему (тема на вибір):
 - Теорія «соціальних ролей» Дж. Міда.
 - Історія конфліктів.
 - Теорія Е. Берна у комунікативістиці.
 - Д. Ден про пасивну мовну агресію.
 - Ідеї Д. Карнегі та правила позитивної комунікації.
 - Визначні конфлікти світової історії.
 - Ідеї НЛП у сфері комунікації.
 - Біблія – джерело описів конфліктів.

- Художній твір (на вибір) та його основний конфлікт.
 - Мистецтво суперечки у суді.
 - Риторика сімейного та інтимного діалогу.
 - Мистецтво ведення дискусії.
 - Погляди Шопенгауера у творі «Еристика або мистецтво сперечатися».
 - Овідій та його «Мистецтво любити».
 - Політичний конфлікт.
4. До теми «**Міжкультурна комунікація та українська ментальність**».
- Написати реферат на одну із тем:
 - Функціональна спільність культур. Культурна універсальність та специфіка.
 - Культура світу як філософська і лінгвістична проблема. Діалог культур.
 - Моделі культурної та міжкультурної комунікації.
 - Конфлікт культур.
 - Культурний шок.
 - «Мова титулів» у різних країнах.
 - Етикетні вербальні та невербальні норми у ... (країна на вибір).
 - Концепт як одиниця міжкультурної комунікації.
 - Концепти і константи національного культурного світу.
 - Національна концептосфера як система. Ментальність в українському (російському, англійському, німецькому, французькому, американському) національних культурних світах.
 - Концепти «свого» і «чужого» у міжкультурній комунікації.
 - Формування вторинної мовної особи у міжкультурній комунікації.
 - Вербальне вираження концептів: ключові слова культури, ключові метафори, національні символи, фразеологізми.
 - Проблема розуміння і нерозуміння. Текстова діяльність: переклад як модель міжкультурної комунікації.
 - Стереотипи та упередження у міжкультурній комунікації
 - Підготуйте доповідь «Дослідження концепту «.....» у східнослов'янській картині світу» (концепт на вибір). Використовуйте необхідну інформацію у мережі Інтернет (обов'язково з посиланнями на електронний ресурс).

10. Методи навчання

Бесіда, робота з навчально-науковою літературою, спостереження й аналіз лінгвістичних явищ, наочність, інтерактивні методи, проблемні методи (дослідницький, частково-пошуковий), вправи.

11. Методи контролю

Засоби діагностики успішності навчання – виконання комплексних рівневих модульних контрольних робіт, перевірка якості індивідуальної та самостійної роботи, поточне тестування та оцінювання на практичних заняттях. фронтальне опитування, індивідуальне опитування.

12. Розподіл балів, які отримують студенти 5 семестр

Накопичувальні бали/ сума									
	Кредит 1			Кредит 2		Кредит 3			300/100
	T1	T2	T3	T3	T4	T6	T7	T8	
Практичні заняття	10	10	10	10	10	10	10	10	
Повідомлення				5	5				
Самостійна робота	70			40		40			
				Кр 1 - 30			КР 2-30		
Усього	100			100		100			300

6 семестр

Накопичувальні бали/ сума												
	Кредит 4			Кредит 5				Кредит 6				300/100
	T9	T10	T11	T12	T13	T14	T15	T16	T17	T18	T19	
Практичні заняття	10	10	10	10		10	10	10	10	5	5	
Самостійна робота	70			40				40				
				Кр 1 - 30					КР 2-30			
Усього	100			100				100				300

Шкала оцінювання: національна та ECTS

ОЦІНКА ECTS	СУМА БАЛІВ	ОЦІНКА ЗА НАЦІОНАЛЬНОЮ ШКАЛОЮ	
		екзамен	залік
A	90-100	5 (відмінно)	5/відм./зараховано
B	80-89	4 (добре)	4/добре/ зараховано
C	65-79		
D	55-64	3 (задовільно)	3/задов./ зараховано
E	50-54		
FX	35-49	2 (незадовільно)	Не зараховано

13. Методичне забезпечення

1. Адамчук (Коч) Н. В. Ораторське мистецтво: методичні рекомендації для самостійної підготовки студентів до практичних занять з курсу «Ораторське мистецтво». – Миколаїв: «Можливості Кіммерії», 2002. – 36 с.
2. Пруткая (Коч) Н. В. НЛП как образовательный процесс. Основы нейролингвистического программирования в школе. Часть 1. Учебное пособие. – Николаев: НГУ, 2007. – 258 с.

14. Рекомендована література

Базова:

1. Антипов К. В., Баженов Ю. В. Паблік рилейшнз для коммерсантов: учебно-практическое пособие. – М. : ИД «Дашков и К», 2000. – 132 с.
2. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник / Ф.С. Бацевич. – 2-ге вид., доп. – К. : ВЦ «Академія», 2009. – 376 с.
3. Березин В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. – М.: «РИП-холдинг», 2003. – 174 с.
4. Владимирська Г. О., Владимирський П. О. Реклама: навч. посіб. – К. : «Кондор», 2009. – 334 с.
5. Етнопсихологія: Навчально-методичний посібник / [за ред. Л.Е. Орбан]. – Івано-Франківськ: ІДУ, 1994.
6. Зусман В., Фролов А. Межкультурная коммуникация: Учебное пособие. – Нижний Новгород, 2001. – 320 с.
7. Иванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики: Навчальний посібник / [за наук. ред. В.В. Різуна]. – К.: Цент Вільної преси, 2010. – 258 с.
8. Кашкин В. Введение в теорию коммуникации: Учебное пособие. – Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. – 175 с.
9. Леонтович О.А. Введение в межкультурную коммуникацию: Учебное пособие. – М.: Гнозис, 2007. – 386 с.
10. Леонтьев А.А. Психология общения: Учебное пособие. – М.: ИЦ «Академия», 2008. – 368 с.
11. Мойсеев В.А. Паблік рилейшнз : навч. посіб. – К.: Академвидав, 2007. – 224 с.
12. Москаленко А.З. Основи масово-інформаційної діяльності: Підручник / А.З. Москаленко, Л.В. Губерський, В.Ф. Иванов. – К.: Видавництво КДУ імені Тараса Шевченка, 1999. – 634 с.
13. Орбан-Лембрик Л.Е. Психологія професійної комунікації: Навчальний посібник. – Чернівці: Книги – ХХІ, 2010. – 528 с.
14. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. – К.: Видавничий центр «Київський університет», 1999. – 308 с.
15. Різун В.В. Теорія масової комунікації: підручник. – К., 2007.
16. Садохин А.П. Межкультурная коммуникация: Учебное пособие. – М.: Альфа-М; ИНФРА-М, 2006. – 288 с.
17. Селиванова Е.А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации. – К., 2002.
18. Семенюк О.А. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. / О.А. Семенюк, В.Ю.Паращук. – К.: ВЦ «Академія», 2010. – 240 с.
19. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация: Учебное пособие. – М.: Слово, 2000. – 298 с.
20. Яшенкова О.В. Основи теорії мовної комунікації: Навч. посіб. – К.: ВЦ «Академія», 2010. – 312 с.

Допоміжна:

1. Аги У., Кэмерон Г. и др. Самое главное в PR / [пер. с англ.] – СПб.: Питер, 2004.
2. Алешина И. В. Паблик рилейшнз для менеджеров и маркетеров. – М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем»: Изд-во “ГНОМ-ПРЕСС”, 1997-256 с.
3. Аскольдов С.А. Концепт и слово // Русская словесность. Антология / [за ред. В.П. Нерознака]. – М., 1997.
4. Ахмадулин Е.В. Модели систем журналистики // Краткий курс теории журналистики. – М. – Р.н/Д., 2006. – С. 94 – 111.
5. Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика. – М.: Прогресс; Универс, 1994.
6. Бацевич Ф.С. Словник термінів міжкультурної комунікації. – К.: Довіра, 2007. – 205 с.
7. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Психология человеческих взаимоотношений / [пер. А.А. Грузберга]. – Екатеринбург: ЛИТУР, 1999.
8. Блэк С. Паблик Рилейшнз. Что это такое? – М.: Новости, 1990. – 239 с.
9. Блэк С. PR: международная практика. – М.: Издательский дом “Довгань”, 1997. – 180 с.
10. Блэк С. Введение в паблик рилейшнз. – Ростов на Дону: Изд-во “Феникс”, 1998. – 320с.
11. Блэк С. Паблик рилейшнз. Что это такое? – М.: Модино-пресс; Новости; АСЭС-Москва, 1990. – 240 с.
12. Бондаренко А.Д. Современная технология: теория и практика. – К.; Донецк: Вища школа, 1985. – 171 с.
13. Борисов Б.Л. Реклама и паблик рилейшнз. Алхимия власти. – М.: РИП-холдинг, 1998. – 138 с.
14. Булгари М. Азбука рекламы, паблисити и паблик рилейшанс. Учебная программа. Информационный указатель менеджерам, маркетерам, релайтерам, имидж-мейкерам, промоутерам и рекламистам. – СПб.: АТА “Болгар”, 1998.
15. Варакута С.А. Егоров Ю.Н. Связи с общественностью. Учебное пособие. – М.: Инфра, 2001. – 244 с.
16. Вежбицкая А. Семантические универсалии и описание языков. – М., 1999.
17. Викентьев И.Л. Приемы рекламы и Public Relations. Часть 1. -СПб.: Изд-во ТОО “Триз-Шанс”, Изд. дом “Бизнес-Пресса”, 1998. – 238 с.
18. Винер Н. Информация, язык и общество // Кибернетика. – М.: Наука, 1983. – С. 236–248.
19. Ворошилов В. В. Журналистика и рынок: проблемы маркетинга и менеджмента средств массовой информации. – СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета, 1997. - 232 с.
20. Воропай О. Звичаї нашого народу. Етнографічний нарис: Т.1,2. – К.: «Оберіг», 1991.
21. Вуйма А. Черный PR. Защита и нападение в бизнесе и не только. — СПб: БХВ, 2005.

22. Выготский Л.С., Лурия А.Р. Этюды по истории поведения. Обезьяна. Прimitив. Ребенок. – М.: Педагогика-Пресс, 1993.
23. Горелов И.Н. Невербальные компоненты коммуникации. – М., 1980.
24. Городяненко В.Г. Социология: учебник. — 3-е изд., доп. — К.: ИЦ «Академия», 2008. – 544 с.
25. Гримич Марина. Традиційний світогляд та етнопсихологічні константи українців. – К., 2000. – 378 с.
26. Гриндер Д., Бэндлер Р. Структура магии: в 2-х тт. – М.: КААС, 1995. – 514 с.
27. Гриндер М., Ллойд Л. НЛП в педагогике. – М.: Институт общегуманитарных исследований, 2001. – 320 с.
28. Громова О.Н. Конфликтология: Курс лекций. – М.: «Тандем», 2000. – 320 с.
29. Гуманітарні технології: конспект лекцій / [за ред. В.В. Різуна]. – К.: Видавничий дім «KM Academia», 1994. – 60 с.
30. Гумбольдт В. Избранные труды по языкознанию. – М., 1984. – 397 с.
31. Гумилев Л.Н. Этногенез и биосфера Земли. – М., 1997.
32. Гуров Ф. Продвижение бизнеса в Интернет: все о PR и рекламе в Сети. – М.: «Вершина», 2008. – 136 с.
33. Дейк Т. ван. Язык. Познание. Коммуникация Т. ван Дейк. – М., 1989.
34. Доти Дороти И. Паблсити и паблик рилейшнз. – М.: Информационно-издательский дом "Филинь", 1996. – 288 с.
35. Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации: Проблемы семиосоциопсихологии. – М., 1984.
36. Жинкин Н.И. Механизмы речи. – М., 1958.
37. Житарюк М.Г. Соціокультурна модель журналістики: традиції і новаторство: монографія. – Львів, 2008. – 416 с.
38. Залевская А.А. Введение в психолингвистику. – М., 1999.
39. Зверинцев А. Б. Коммуникационный менеджмент. Рабочая книга менеджера PR. – СПб: Изд. Буковского, 1995. – 267 с.
40. Имидж по-Русски: приемы манипуляции. Реклама, паблисити и паблик релейшанс на выборах. / [автор-составитель Марсель Булгари]. – СПб.: АТА «Болгар», 1998. – 48 с.
41. Имшинецкая И. Ситуативный промоушн. – М.: «Рип-холдинг», 2002. – 148 с.
42. Каппони В., Новак Т. Сам себе психолог. – СПб., 1994.
43. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М., 1987.
44. Карнеги Д. Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей. – М.: Прогресс, 1989.
45. Картер Г. Эффективная реклама: Путеводитель для малого бизнеса/ [пер. с англ.]. – М.: Бизнес-Информ, 1998. – 244 с.
46. Каширин В.П. Философские вопросы технологии. – Томск: Изд-во Том. ун-та, 1988. – 286 с.

47. Кликс Ф. Пробуждающееся мышление: У истоков человеческого интеллекта. Глава 3. Роль коммуникации и познания в регуляции поведения животных. – М.: Прогресс, 1983.
48. Колшанский Г.В. Паралингвистика / Г.В. Колшанский. – М., 1974.
49. Корнилов Е. Социокультурные модели журналистики / Е.Корнилов // Филологический вестник Ростовского государственного университета. – Ростов-на-Дону, 1998. – №3. – С. 36
50. Котлер Ф. К. Маркетинг менеджмент. – СПб: Питер Ком, 1998. – 896 с.
51. Королько В.Г. Основы публич рилейшнз: Посібник. – Київ: Інститут соціології НАН України 1997. – 334 с.
52. Крупенин А.Л., Крохина И.М. Эффективный учитель: книга о технологии превращения детей в хороших учеников. – Ростов-на-Дону: «Феникс», 1995. – 477 с.
53. Кэмерон-Бэндлер Л. С тех пор они жили счастливо. – Воронеж: НПО «МОДЭК», 1993. – 256 с.
54. Лалл Дж. Мас-медіа, комунікація, культура: Глобальний підхід / [пер. з англ.]. – К.: К.І.С., 2002. – 264 с.
55. Лебедева Т.Ю. Искусство обольщения. Паблик рилейшнз по-французски. Концепции. Практика. – М.: Издательство Московского университета, 1996. - 134 с.
56. Леонтьев А.А. Возникновение и первоначальное развитие языка. – М.: АН СССР, 1963.
57. Ливер Б.Л. Обучение всего класса. – М.: Новая школа, 1995. – 48 с.
58. МакЛюэн Г.М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / [пер. с англ. В.Николаева]. – М.: Жуковский: «КАНОН-пресс Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с.
59. Матурана У. Биология познания // Язык и интеллект. – М.: Прогресс, 1995. – С. 95–142.
60. Музалевский М.Е. PR-проект: от проблемы к результату. – Саратов: «Научная книга», 2003. – 96 с.
61. Музыкант В.Л. Теория и практика современной рекламы. Часть I. Эффективные рекламные технологии. Паблик рилейшнз. Промоушн. Маркетинг. – М.: Евразийский регион, 1998. – 400 с.
62. Музыкант В.Л. Теория и практика современной рекламы. Часть II. Политическая реклама. Политический маркетинг. Управление рекламной кампанией. – М.: Евразийский регион, 1998. - 328 с.
63. Муртазина Г.Х. Этика связей с общественностью и культура управления: Учебное пособие / Г.Х. Муртазина. – СПб: СПбГИЭУ, 2005.
64. Невзлин Л. Б. Паблик Рилейшнз – кому это нужно?: Основы учебного курса. – М.: Экономика, 1993. – 222 с.
65. Норман Б.Ю. Проблема происхождения человеческого языка // Основы языкознания. – Минск: Бел. Фонд Сороса, 1996. – С. 70–86.
66. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением. – М.: Центр, 1998. - 352 с

67. Почепцов Г.Г. Прагматический аспект изучения предложения // Иностранные языки в школе. – 1975. – №6. – С. 15–25.
68. Почепцов Г.Г. Профессия: имиджмейкер. - 2-е изд., испр. и доп. – К.: ИМСО МО Украины, НВФ “Студцентр”, 1998. – 256 с.
69. Почепцов Г.Г. Символы в политической рекламе. – К.: Принт-сервис, 1997. – 323 с.
70. Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации (от речей президентов до переговоров с террористами). – М.: Центр, 1998. – 352 с.
71. Пятигорский А.М. Избранные труды. – М., 1996.
72. Ритцер Дж. Современные социологические теории. – [5-е издание]. – СПб.: Питер, 2002. – 688 с.
73. Різун В.В. Моделювання і технологія редакторських систем / Інститут системних досліджень освіти; Інститут журналістики Київського університету. – К., 1995. – 200 с.
74. Розеншток-Хюсси О. Речь и действительность. – М.: Лабиринт, 1994.
75. Романов А.А. Системный анализ регулятивных средств диалогического общения. – М.: Институт языкознания АН СССР, Калининский СХИ, 1988. – 183 с.
76. Свириденко С.С. Современные информационные технологии. – М.: Радио и связь, 1989. – 300 с.
77. Селиванова Е. А. Когнитивная ономазиология. – К.: Изд-во украинского Фитосоциологического центра, 2000. – 248 с.
78. Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации. – К.: Изд-во украинского Фитосоциологического центра, 2002. – 336 с.
79. Селіванова О.О. Нариси з української фразеології (психоконітивний та етнокультурний аспекти). – К. – Черкаси : Брама, 2004. – 276 с.
80. Селіванова О.О. Опозиція свій – чужий в етносвідомості // Мовознавство. – 2005. – № 1. – С. 27.
81. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава [б.в.], 2006. – 716 с.
82. Синяева И.М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности: Учебник. М.: ЮНИТИ 1998. – 287 с.
83. Скотт Д.Г. Способы разрешения конфликтов / [пер. с англ.]. – К.: Издат. Об-во «Верзилин и К ЛТД», 1991. – 210 с.
84. Степанов Ю.С. Биосемиотика // Семиотика. – М.: Наука, 1971.
85. Теппер Р. Как овладеть искусством делового письма: 250 писем и записок в помощь менеджеру. – М.: ЮНИТИ, 1994. - 190 с.
86. Фаер С.А. Приемы стратегии и тактики предвыборной борьбы: PR-секреты общественных отношений. “Ловушки” конкурентной борьбе. Механизмы политической карьеры. - СПб.: Издательство “Столный град”, 1998. – 136 с.
87. Фишель В. Думают ли животные? – М.: Мир, 1973.
88. Фишер Р., Юри У. Путь к согласию или переговоры без поражения. – М., 1992.

89. Шкляр В. Соціокультурні та політичні моделі журналістики // Українська журналістика в контексті світової: Зб. наук. праць. – Вип.5. – К., 2001. – С. 5–9.
90. Эко У. Семиология визуальных сообщений. Семиология архитектуры // Отсутствующая структура. – СПб.: Петрополис, 1998. – С. 203–258.
91. Якобсон Р.О. Речевая коммуникация. Язык в отношении к другим системам коммуникации // Избранные работы. – М.: Прогресс, 1985. – С. 306–330.
92. Яковлев И.П. Паблик Рилейшнз в организациях. – СПб.: ТОО ТК «Петрополис», 1995. – 148 с.
93. Якушин Б.В. Гипотезы о происхождении языка. – М.: Наука, 1985.
94. Austin J.L. How to do things with words. – Oxford, 1962. – 162 p.
95. McLuhan M. Essential McLuhan. – N.Y.: Basic Books, 1995.
96. Shannon C. The Mathematical Theory of Communication // The Bell System Technical Journal. – 1948. – Vol. XXVII.

Інформаційні ресурси

1. Різун В.В. Теорія масової комунікації: підручник / В.В. Різун. – К., 2007 // [http://journalib.univ.kiev.ua/per Lec_z_tmc2007.pdf].

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В. О. СУХОМЛИНСЬКОГО
Кафедра загальної та прикладної лінгвістики

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор із науково-педагогічної
роботи _____ Н. І. Василькова
28 серпня 2017 р.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА КОМУНІКАЦІЇ

Ступінь бакалавра

Галузь знань 03 Гуманітарні науки

035 Філологія

Код та найменування спеціальності

035. 10 Філологія (Прикладна лінгвістика)

Предметна спеціалізація

Філологічний факультет

Робоча програма навчальної нормативної дисципліни «Теорія і практика комунікації» для студентів спеціальності 035 Філологія, предметної спеціалізації 035.10 Філологія (Прикладна лінгвістика).

Розробник: Коч Наталя Володимирівна, професор кафедри загальної та прикладної лінгвістики, доктор філологічних наук

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри загальної та прикладної лінгвістики

Протокол № 1 від «28» серпня 2017 р.

Завідувач кафедри _____ (Коч Н. В.)

«28» серпня 2017 р.

ВСТУП

Програма вивчення вибіркової навчальної дисципліни «Теорія і практика комунікації (Теорія вербальної комунікації та сучасні інформаційні технології)» складена Коч Н. В. відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів напряму 6.020303 Філологія (Прикладна лінгвістика).

Предметом вивчення навчальної дисципліни є організація комунікативної ситуації, представлена взаємно детермінованими функціональними складниками, одним із яких є вербальне повідомлення (текст).

Міждисциплінарні зв'язки: предмет пов'язаний із такими дисциплінами, як «Психолінгвістика», «Дискурсологія», «Етнолінгвістика», «Нейролінгвістичне програмування», «Соціолінгвістика», «Паралінгвістика». Програма навчальної дисципліни складається з 6 кредитів.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 180 годин / 6 кредитів ECTS.

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни «Теорія і практика комунікації (Теорія вербальної комунікації та сучасні інформаційні технології)» є вивчення загальних положень теорії комунікації, складників процесу комунікації в її вербальних та невербальних формах, а також основних форм сучасних інформаційних технологій.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни «Теорія і практика комунікації» (Теорія вербальної комунікації та сучасні інформаційні технології) є:

1. Ознайомити студентів із різними формами комунікації.
2. Ознайомити студентів із сучасними формами інформаційних технологій та сучасними тенденціями розвитку масової комунікації.
3. Навчити студентів аналізувати різноманітні моделі комунікації, що існують в інформаційному просторі.
4. Обґрунтувати виокремлення мовленнєвого акту як мінімальної одиниці мовної комунікації.
5. Навчити студентів аналізувати та складати ефективні вербальні повідомлення.
6. Висвітлити природу комунікативної ситуації та її складників.

1.3. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студент оволодіває такими компетентностями:

I. Загальнопредметні: Застосовує досягнення національної та світової культури у вирішенні власних професійних та життєвих завдань; володіє розвинутою культурою мислення, умінням ясно й логічно висловлювати свої думки; володіє навичками наукової організації праці; розвиває навички самостійного опанування нових знань; уміє працювати з довідковою

літературою, різнотипними словниками, електронними базами даних, системами інформаційного пошуку.

II. Фахові: орієнтується в методологічних засадах теорії мовної комунікації, її об'єкті, предметі, передумовах становлення в колі лінгвістичних і нелінгвістичних дисциплін; знає способи комунікативного моделювання, параметри і складники комунікативної ситуації, природу комунікативного впливу; володіє законами і правилами ефективної комунікації; визначає мінімальні одиниці і зразки спілкування; встановлює кількісні параметри різних дискурсивних практик; описує головні текстові і дискурсивні категорії та мовні засоби їхньої репрезентації; здійснює аналіз і коригує тексти відповідно до норм української літературної мови; аналізує та складає ефективні вербальні повідомлення; висвітлює природу мовної комунікації, її типологію за матрицею різноманітних параметрів.

2. Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

Кредит 1. Комунікація як об'єкт наукового дослідження та навчальна дисципліна.

Тема 1. Теорія комунікації як навчальна дисципліна. Її міжпредметні зв'язки. Поняття комунікації. Функції та типологія комунікації. Комунікативна компетентність. Складові комунікативного акту. Вербальна та невербальна комунікація, (не)конгруентність комунікації.

Тема 2. Складники комунікативної ситуації. Тактики спілкування.

Тема 3. Засоби комунікативних кодів та ефективність їх використання у міжособистісному, міжгруповому та міжкультурному спілкуванні

Кредит 2. Моделі комунікації.

Тема 4. Моделювання у теорії комунікації. Типологія моделей комунікації. Трансмісійні моделі комунікації. Нетрансмісійні комунікативні моделі.

Тема 5. Моделювання комунікативних ситуацій

Кредит 3. Комунікативні технології.

Тема 6. Комунікативні технології у контексті сучасної культури комунікації. Паблік рилейшнз: принципи та завдання.

Тема 7. Реклама як маркетингова технологія. Перформанс. у політиці.

Тема 8. Політична комунікація. Політичний піар. Спічрайтерство та іміджмейкерство у політиці.

Кредит 4. Ефективна та неефективна комунікація. Комунікативні конфлікти.

Тема 9. Девіантна комунікація. Причини неуспішної комунікації: (ментальні (когнітивні), психологічні, мовні, соціальні, культурні). Типологія девіантної комунікації.

Тема 10. Моделювання ефективної комунікації за НЛП-технологією. Конфліктність. Позитивні та негативні функції конфліктів.

Тема 11. Комунікативний конфлікт. Ознаки конфлікту та його складові. Види конфліктів. Конфлікт «проти «чужих». Параметри діагностування конфлікту. Об'єктивні та суб'єктивні причини його виникнення.

Особистісний аспект виникнення конфліктів. Управління конфліктами. Переговори.

Кредит 5. Міжкультурна комунікація.

Тема 12. Міжкультурна комунікація та контекст. Основні аспекти вивчення МКК.

Тема 13. Міжкультурний конфлікт. Культурний шок та його наслідки. Опозиція «свій – чужий» як базова дихотомія міжкультурної комунікації. Культурні традиції. Міжкультурна мовна комунікація. Елементи та категорії «чужого» вербального та невербального коду. Ключові культурні концепти. Український культурний етикет.

Тема 14. Культурні традиції. Міжкультурна мовна комунікація. Елементи та категорії «чужого» вербального та невербального коду.

Тема 15. Ключові культурні концепти. Український культурний етикет.

Рекомендована література

Базова

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / Ф. С. Бацевич. – К. : Видавничий центр «Академія», 2009. – 376 с.

2. Гойхман О. Я., Надеина Т. М. Основы речевой коммуникации: Учебник для вузов / Под ред. проф. О. Я. Гойхмана. – М. : Инфра-М, 1997. – 272 с.

3. Горелов И. Н. Невербальные компоненты коммуникации / И. Н. Горелов. – М. : Наука, 1980. – 238 с.

4. Гудков Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации / Д. Б. Гудков. – М., 2003. – 112 с.

5. Донец П. Н. Основы общей теории межкультурной коммуникации : научный статус, понятийный аппарат, языковой и неязыковой аспекты, вопросы этики и дидактики / П. Н. Донец. – Харьков : Штрих, 2001. – 386 с.

6. Землянова Л. М. Зарубежная коммуникативистика в предверии информационного общества: Толковый словарь терминов и концепций / Л. М. Землянова. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1999. – 301 с.

7. Иванов В. Ф. Соціологія масової комунікації / В. Ф. Иванов. – К. : Центр вільної преси, 1999. – 211 с.

8. Лабунская В. А. Невербальное поведение (социально-перцептивный подход). / В. А. Лабунская. – Ростов : Изд-во Ростов, ун-та, 1986. – 136 с.

9. Ковалевська Т. Ю. Комунікативні аспекти нейролінгвістичного програмування / Т. Ю. Ковалевська. – Одеса : Астропринт, 2001; 2008. – 344 с.

10. Клюев Е. В. Речевая коммуникация. Успешность речевого взаимодействия / Е. В. Клюев. – М. : Рипол классик, 2002. – 315 с.

11. Макаров М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.

12. Масова комунікація: Підручник / А. З. Москаленко, Л. В. Губерський, В. Ф. Иванов, В. А. Вергун. – К. : Либідь, 1997. – 216 с.

13. Панкратов В. Н. Манипуляции в общении и их нейтрализации: Практическое руководство / В. Н. Панкратов. – М. : Изд-во Института Психотерапии, 2001. – 208 с.
14. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, К. : Ваклер, 1999. – 352 с.
15. **Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук; К. : Ваклер. – 2001. – 656 с.**
16. Селіванова О. О. Основи теорії мовної комунікації / О. О. Селіванова. – Черкаси. : Видавництво Чабаненко Ю. А., 2011. – 350 с.
17. Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации: Монографическое учебное пособие / Е. А. Селиванова. – К. : Фитосоциоцентр, 2002. – 336 с.
18. Шейнов В. П. Риторика / В. П. Шейцов. – Минск : Амалфея, 2000. – 592 с.

Допоміжна

1. Акишина А. А. и др. Жесты и мимика в русской речи: Лингвострановедческий словарь / А. А. Акишина, Х. Кано, Т. Е. Акишина. – М. : Русский язык, 1991. – 146 с.
2. Андрианов М. С. Невербальная коммуникация: стратегическая обработка паралингвистического дискурса // Вопросы психологии. – 1999. – № 6. – С. 89–99.
3. Бландел Р. Эффективные бизнес-коммуникации: Теория и практика в эпоху информации / Р. Бландел. – СПб. : Питер, 2000. – 384 с.
4. Богданов К. А. Очерки по антропологии молчания / К. А. Богданов. – СПб. : РХГИ, 1998. – 350 с.
5. Бодалев А. А. Восприятие и понимание человека человеком / А. А. Бодалев. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1982. – 200 с.
6. Бурдые П. Социология политики / П. Бурдые. – М. : Socio-Logos, 1993. – 336 с.
7. Вагин И. Уроки психологической защиты. Не позволяйте собой манипулировать / И. Вагин. – СПб.: Питер, 2002. – 160с.
8. Введенская Л. А. и др. Культура и искусство речи. Современная риторика: Для высш и сред учеб заведений / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова. Ростов-на-Дону : Феникс, 1995. – 576 с.
9. Вилсон Г. и др. Язык жестов / Г. Вилсон, К. Маккафлин. – СПб. : Питер, 2001. – 217 с.
10. Горелов И. Н. и др. Умее ли Вы общаться? / И. Н. Горелов, В. Ф. Житников, М. В. Зюзько, Л. А. Шкатова. – М. : Просвещение, 1991. – 144 с.
11. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / И. Гофман – М. : Канон-пресс-ц, 2000. – 304 с.
12. Грошев И. В. Гендерная невербальная коммуникация в рекламе // Социологические исследования. – 1999. – №4. – С. 71–77.

13. Журавлев А. П. Звук и смысл: Кн. для внеклас. чтения учащихся ст. классов.– 2-е изд., испр. и доп. / А. П. Журавлев. – М. : Просвещение, 1991.– 160 с.
14. Зернецька В. О. Нові засоби масової комунікації і соціокультурний аспект / В. О. Зернецька – К. : Наук. думка, 1993. – 336 с.
15. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
16. Костенко Н. В. Ценности и символы в массовой коммуникации / Н. В. Костенко. – К. : Наукова думка, 1993. – 130 с.
17. Майерс Д. Социальная психология / Д. Майерс. – СПб. : Прайм-Евроник, 2002. – 512 с.
18. Пиз А. и др. Язык взаимоотношений: мужчина и женщина / А. Пиз, Б. Пиз. – М. , 1991. – 300 с.
19. Пиз А. и др. Язык телодвижений. Расширенная версия / Аллан Пиз, Барбара Пиз. – М. : Эксмо, 2009. – 464 с.
20. Сергеечева В. Как говорить убедительно: Стратегия и тактика общения / В. Сергеечева. – СПб. : Питер, 2002. – 221 с.
21. Трескова С. И. Социологические проблемы массовой коммуникации / С. И. Трескова. – М. : Наука, 1989. – 153 с.
22. Чалдини Р. Психология влияния / Р. Чалдини. – СПб. : Питер, 2001. – 288 с.

Інформаційні ресурси

1. <http://moodle.mnu.mk.ua/course/category.php?id=115>; логін: zaws143; пароль: 7L8=H?Mm>aXj.
2. Бодалев А. А. Восприятие и понимание человека человеком / А. А. Бодалев. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1982. – 200 с.
3. Вилсон Г. и др. Язык жестов / Г. Вилсон, К. Маккафлин. – СПб. : Питер, 2001. – 217 с.
4. Костенко Н. В. Ценности и символы в массовой коммуникации / Н. В. Костенко. – К. : Наукова думка, 1993. – 130 с.
5. Майерс Д. Социальная психология / Д. Майерс. – СПб. : Прайм-Евроник, 2002. – 512 с.
6. Пиз А. и др. Язык взаимоотношений: мужчина и женщина / А. Пиз, Б. Пиз. – М. , 1991. – 300 с.
7. Пиз А. и др. Язык телодвижений. Расширенная версия / Аллан Пиз, Барбара Пиз. – М. : Эксмо, 2009. – 464 с.
8. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, К. : Ваклер, 1999. – 352 с.
9. Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации: Монографическое учебное пособие / Е. А. Селиванова. – К. : Фитосоцицентр, 2002. – 336 с.
10. Сергеечева В. Как говорить убедительно: Стратегия и тактика общения / В. Сергеечева. – СПб. : Питер, 2002. – 221 с.

11. Шейнов В. П. Риторика / В. П. Шейцов. – Минск : Амалфея, 2000. – 592 с.

4. Форма підсумкового контролю успішності навчання: залік.

5. Засоби діагностики успішності навчання: виконання індивідуальних завдань, контрольних і практичних робіт, написання рефератів, повідомлень.

Теоретична частина

Лекція №1

Тема. Комунікація як об'єкт дослідження

План

1. Роль комунікації в інформаційному суспільстві.
2. Мова як основний засіб спілкування та вираз особистості.
3. Витоки теорії мовленнєвої діяльності.
4. Соціокультурні особливості мовної особистості
5. Особливості усної та письмової комунікації.
6. Процес спілкування. Види спілкування.
7. Основні правила ведення мовлення.

Ключові слова: комунікація, мова, мовлення, суспільство, спілкування, мовна особистість.

Предмет «Теорія і практика комунікації» є складовою частиною дисциплін комунікативного циклу.

Метою є вивчення загальних положень теорії комунікації, складників процесу комунікації в її вербальних та невербальних формах, а також основних форм сучасних інформаційних технологій, виховати культуру поведінки під час спілкування, створити атмосферу емоційного підйому; викликати почуття гордості, інтересу, відповідальності, співпереживання, співчуття, радості прагнення отримувати нові знання самостійно.

Література:

1. Абрамович С. Д., Чікарькова М. Ю. Мовленнєва комунікація: Підручник / С. Д. Абрамович, М. Ю. Чікарькова. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – С.3–16.
2. Ковалевська Т. Ю. Комунікативні аспекти нейролінгвістичного програмування: Монографія / Т. Ю. Ковалевська. – Одеса: Астропринт, 2008. – С.10–20.
3. Кузнєцова О. Д. Засоби масової комунікації. Посібник / О. Д. Кузнєцова. – Львів: ПАІС, 2005. – С. –8.
4. Селіванова О.О. Основи теорії мовної комунікації: Підручник / О. О. Селіванова. – Черкаси: Видавництво Чабаненко Ю.А., 2011. – С. 9-39.

5. Формановская Н.И. Речевой этикет и культура / Н. И. Формановская. – М., 1989. – С. 12-44.

Наш час соціологи називають віком інформації, віком комунікації. «Комунікація» у перекладі з латинської означає спілкування. «Словник іншомовних слів» трактує термін «комунікація» ще як «передача інформації».

У «Філософському словнику» термін «спілкування» – специфічний для суб'єктів способів взаємних відносин, способів буття людини у взаємозв'язках з іншими людьми.

Спілкування – це процес обміну інформацією, що може бути спонтанним чи організованим. існують такі види спілкування: суб'єктне – між окремими людьми, і масове – з численною аудиторією.

Мовленнєва комунікація – це спілкування словом через використання засобів мовлення. Спілкуються між собою мовою вчитель і учень, політичний лідер і народна маса, прокурор, адвокат і підсудний. Представники різних народів вивчають чужі мови, аби порозумітися. Проте вивчити мову, її структуру – ще не означає навчитися спілкуванню. Спілкування – це насамперед спроба порозумітися, психологічна готовність до взаємодії. По-справжньому зрозуміти один одного нам заважає егоцентризм – невміння та небажання поставити себе на місце іншого.

Предмет мовленнєвої комунікації – ситуація спілкування засобами мовлення. Ця ситуація лише в останнє століття почала насправді приваблювати увагу дослідників і авторів навчальних програм.

У складній системі взаємозв'язків людини з довкіллям найактуальнішим визнають феномен комунікації, оскільки за нормальних обставин ставлення людини до навколишнього предметного світу завжди опосередковане його ставленням до людей, до спільноти, інтерактивна взаємодія з якими реалізується в процесах спілкування, яке на три чверті складається зі спілкування мовленнєвого. Р. Балкар зауважує, що тільки через мовну комунікацію ми можемо заявити про себе і вступити в контакт з іншими

людськими істотами. Ймовірніше, що саме через мову дійсність досягається, усвідомлюється, а також успадковується від покоління до покоління. Значною мірою ми реально живемо всередині «світу мови», яка є «зряддям діалогу людини зі світом і водночас людини з людиною. С.О. Арутюнов у цьому аспекті наголосив: «Серед сукупності різноманітних комунікацій, які підтримують будь-яку спільність людей, вербальні комунікації, здійснені природною мовою, посідають найважливіше місце».

2. Витоки теорії мовленнєвої діяльності

Проблема опанування мови, враховуючи її унікальну роль в життєдіяльності та формуванні всіх сторін психіки людини, є актуальною для багатьох галузей наукових знань: філософії, естетики, лінгвістики тощо. Так, у філософії вона пов'язана з виникненням риторики – науки, що знаходить найефективніші засоби впливу на людей через слово, мистецтво доцільного, переконуючого й дійового мовлення (Аристотель, Горгій, Демосфен, Лісій, Фрасимах та ін.); філософії мови, в межах якої вивчалися питання про походження мови в людському суспільстві, розвитку культури (Аристотель, Бахтін М.М., Бердяєв М.І., Геракліт, Гартман М., Ільєнков Е.В., Лосєв О.Ф., Соловйов В.Г., Філатов Ф.П. та ін.); герменевтики, науки про розуміння та пояснення художнього тексту (Абель Т., Аст Ф., Бетті Е., Бекон Ф., Гадамер Г., Дильтей В., Изер В., Майер Т.Ф., Пальнір Р., Поллесдел Д., Рікьор П., Хладеніус І.М., Шлейєрмахер Ф., Шонді П. та ін.); естетики, що розглядає художнє слово та його вплив на виховання культури мовлення (Бахтін М.М., Волошин М.А., Лосєв О.Ф. та ін.).

Аристотель (384-322 рр. до н.е.) у «Риториці» встановив три основні елементи спілкування: мовець, слухач і саме мовлення.

Християнські філософи і теологи раннього Середньовіччя залишили цікаві роздуми із загальних проблем мовленнєвої діяльності та мови. Блаженний Августин Аврелій (354–430рр.) звернув увагу на знакову природу мови, визначив асиметрію плану змісту і плану вираження, вказуючи на членованість плану вираження, неспіввідносну з членованістю плану змісту.

Немесій Ефеський (V-VIстст.), співвідносячи мову з творчою діяльністю, вказав на те, що мовлення є виразником розумових рухів. Виникають також уявлення про внутрішнє мовлення; Іоан Дамаскін (біля 675-до 735рр.) писав: “Внутрішнє слово є рух душі, що відбувається при повному розуму – без всякого зовнішнього вираження. Звідси ми часто й мовчки ведемо самі з собою бесіду, а також розмовляємо уві сні”.

До XVII ст. європейська філософія і філософська думка вже підходили до ідеї про синтез і про творення текстів.

Вивчення мовленнєвої діяльності продовжувалося і в XIX столітті. Вільгельм фон Гумбольдт підкреслював діяльнісний, а не предметний аспект мови, а також її творчу природу, що пояснювало мінливість мови.

“Мова, – вважав Гумбольдт, – це світ, що лежить між світом зовнішніх явищ і внутрішнім світом людини”. Вчений розумів, що “мова відрізняється від окремих актів мовленнєвої діяльності”, у її основі лежить “мовна здатність”, особливо, коли це стосується оволодіння мовою дитиною. Ідея розгортання мовленнєвої здатності пояснює і можливості двомовності, і можливості удосконалення мовної системи у свідомості її носія. Для Гумбольдта було дуже важливим вирішення питання про індивідуальне й соціальне в мовленнєвій діяльності, бо він вважав, що “мовленнєва діяльність навіть у найпростіших своїх виявах є поєднання індивідуального сприйняття із загальною природою людини”. Для теорії мовленнєвої діяльності важливим є також розуміння Гумбольдтом знакової і відображувальної природи мови.

Олександр Опанасович Потебня неодноразово відзначав образний характер змісту слова і вважав, що слово є засобом розвитку думки й зміни образу в поняття. Найбільш змістовним є вчення О.О.Потебні про внутрішню форму слова, що репрезентує “центр образу”.

Можна згадати також і Гейманна Штейнталя і його книгу “Грамматика, логіка і психологія” (1857), у якій автор намагався розмежувати логіку і граматику.

Вивчення мовленнєвої діяльності в ХХ ст.

Бодуен де Куртене підкреслював психічність і соціальність людського мовлення, співвідносячи ці риси з індивідуальним і соціальним у мові.

Фердинанд де Соссюр відзначав індивідуальний і соціальний боки мовленнєвої діяльності, вказував, що в кожний конкретний момент мовленнєва діяльність є одночасно і сьогодення, і продукт минулого. Соссюр вважав, що мова служить для реалізації функціонування здатності до мовленнєвої діяльності, що існує у кожного мовця. Мовознавець намагався з'ясувати психологічні механізми мовленнєвої діяльності. Разом з тим він характеризує мову як думку, що організована у матерію, яка звучить.

Певний внесок зробив і психолог Жан Піаже, який багато займався проблематикою мовлення дитини, а також становленням і розвитком інтелекту.

Соціокультурні особливості мовної особистості

Мовне спілкування формує певні мовні спільноти, пов'язані між собою особливою комунікацією, в яких мова може виконувати різні функції. Мовний потенціал суспільства формує особистість, а тому їх можна розглядати як дві системи, що живуть і функціонують у відповідності з потребами і законами суспільства.

Реально постійно відбувається процес інтеграції, адаптації особистості і мови залежно від соціально-лінгвістичної ситуації і типу мови, про яку йдеться. Тому є підстави в науковому аналізі розглянути цю взаємодію (і навіть єдність) шляхом акцентуації мовного в особистості, а саму особистість розглядати як мовну особистість з можливими її варіаціями „етно-мовної особистості”, „культурно-мовної особистості” тощо.

Мовна особистість – це система, що виникає в суспільстві і розвивається, ґрунтуючись на здатності вираження і закріплення соціальних відносин і взаємодій. Вона – умова і продукт культури.

За допомогою соціальної особистості регулюються соціальні відносини, зберігається історична і культурна пам'ять народів. Діяльність мовної

особистості повинна задовольняти таким соціальним регулятивом, як принцип співпраці, інформативна адекватність ситуації, інтеграція та адаптація до ціннісно-нормативної системи суспільства, відповідність варіативності суспільних відносин.

Пропоноване для введення в науковий обіг поняття „мовна особистість” передбачає розгляд її мовної складової як системно-культурного „ферменту” та механізму її розвитку і як особистісно-формуючого ансамблю, того, як характер освоєння мовної культури впливає на особистісні та соціальні якості людини.

Мовна особистість – це, власне, особистість, охарактеризована з боку впливу засвоєної нею мовної культури на її особистісні якості та соціально-культурну ефективність її діяльності як суб’єкта суспільних відносин. Цій особистості, за її функціональною природою, мають бути притаманні якості-характеристики, здатні позитивно впливати на процес соціально-культурної трансформації. Їх зміст має бути уточненим. Виокремимо такі з них:

- мовна відкритість і доступність – націленість на спілкування і прагнення передати ідеї і цінності іншим соціальним агентам;
- соціально-діяльнісна спрямованість, пов’язана з інтенсивністю трансформаційних процесів і забезпеченням необхідної динаміки особистісних змін;
- адаптивно-акумуляуюча характеристика як мовний механізм забезпечення пристосування до умов суспільства, що трансформується;
- соціально-культурна пізнавальна мотивація, що пов’язується з прагненням „розкодувати” світ і сформувати його індивідуальну мовну модель;
- мисленнева індивідуалізація світу як особистісно-мовна стимуляція пізнання та формування стилю мислення, який відповідає специфіці духовного світу мовної особистості;
- культурно-репрезентативна (в чомусь демонстративна) якісна визначеність мовної особистості, що знаходить вияв в утвердженні своєї етнічно-

національної та культурно-групової приналежності й вираженні її в різному стилі мовлення в різних соціальних сферах (політиці, моралі тощо);
- естетико-мовний профіль особистості як цілісний вияв її буття у світі, утвердження її особистісного естетичного світу.

Важливо підкреслити зв'язок мовної особистості з ментальністю. Як підкреслюють дослідники, „мова регламентує ментальність”, а „ментальність регламентує мову, точно так проявляючи (і реалізуючи) себе в інших мовах – невербальних засобах вираження думки і почуття – від міміки і жестів, обрядів і ритуалів до танцю, живопису і архітектури”.

Через мовну особистість є можливість глибше охарактеризувати мову як суспільно-культурне явище і зрозуміти характер її функціонування в суспільстві, що трансформується. Тому в період соціокультурної трансформації мовна проблема набуває не тільки культурного, а й політичного сенсу та змісту, стає предметом інтенсивної суспільної боротьби. Бо від того, яка мова стає визначальною, панівною в країні, значною мірою залежить майбуття культури і народу як її носія. Мова може бути засобом консолідації нації і мобілізації її життєвих сил, якщо вона утверджується владною елітою, а може бути засобом політичної гри і паралізації волі народу, бо коли, за висловом Конфуція, слова втрачають своє значення, тоді народ втрачає свою свободу.

Відзнака консолідуючої та інтегруючої функції мови в тому, що консолідуюча – то природна функція, яку мова виконує „в ході етнічної консолідації, коли кілька етнолінгвістичних спільнот зливаються в більшу, і коли мова тієї з них, яка відіграє роль центру, вузла етнічної консолідації, засвоюється іншими, а інтегруюча – це штучна функція, що виникає в результаті свідомих дій суспільства чи держави, спрямованих на поширення мови, необхідної для міжнаціонального спілкування”.

Однак, на нашу думку, сучасна соціальна практика в багатьох країнах характеризується перетворенням інтегруючої функції мови в роз'єднуючу,

коли держава намагається штучно, недемократичними методами ввести певну мову як мову міжнаціонального спілкування.

Традиційне визначення мовного середовища як такого, що характеризується „таким набором факторів, як: а) спільність території; б) соціальні і мовні особливості, притаманні народу чи народам, які живуть на даній території”, є недостатнім, бо воно зростає зі специфікою культурного середовища та особливостями соціальних умов, соціокультурною трансформацією в цілому. Тому, на нашу думку, у цьому контексті коректніше буде вживати поняття „соціокультурне поліваріантне середовище”, що більш адекватне модернізаційним умовам і дозволяє охарактеризувати цей процес в усій його драматичній складності.

Склад і структура такого середовища обумовлені:

- а) соціально-мовною структурою суспільства;
- б) соціально-мовною ситуацією;
- в) своєрідністю соціально-культурної лінгвістичної ситуації;
- г) новою структурою культури, що трансформується;
- д) історичними традиціями мовних взаємин корінної нації з іншими національностями;
- е) зміною культурного контексту та умов життєдіяльності;
- є) ціннісними орієнтаціями і соціальними установками суспільства.

Адаптація мовної особистості до змін мовного середовища може бути швидше досягнута, коли поєднуються громадські і приватні інтереси. Такий підхід, що виходить з єдності соціальної, індивідуальної та мовної характеристики людини, дозволяє об'єктивно розглядати мовні зміни, які відбуваються в суспільстві.

Отже, мовні диференціації значною мірою залежать від комплексу соціально-демографічних, історичних та етнічних умов. І вони, в свою чергу, впливають на соціальні адаптаційні процеси в суспільстві, соціальну структуру, бо певні вакантні місця заповнюються також із врахуванням мови і специфіки культури.

За роки незалежності змінилося саме розуміння населенням необхідності знання української мови і якості її викладання на всіх рівнях системи освіти. За результатами емпіричних досліджень формування соціальної ідентичності в Південному і Східному регіонах України, нормою тут стає знання трьох мов. Це варіанти української, російської та іноземної мови як мови, що забезпечує зв'язок із західним світом.

Процес спілкування. Види спілкування

Під час вивчення будь-якого об'єкта проводять його класифікацію. Класифікують і спілкування. Доцільно подати одну з найбільш прийнятних схем такого процесу:

За характером комунікантів у просторі та часі розрізняють спілкування контактне – дистантне.

Поняття контактного спілкування зрозуміле: співрозмовники поряд. При контактному спілкуванні важливими компонентами є ситуація, жести, міміка та інтонація.

До видів дистантного спілкування належать такі, де комуніканти розділені простором і часом. Це може бути розмова по телефону, спілкування у листах тощо.

За наявністю чи відсутністю будь-якого посередника розрізняють спілкування безпосереднє (пряме) – опосередковане (непряме).

Для прямого спілкування – це зазвичай розмова, бесіда, доповідь і т.п.

До видів опосередкованого спілкування належать і телефонна розмова, і лист, і передавання інформації по радіо, телебаченню, через книгу. Саме розвиток опосередкованого спілкування спричинив утворення цілих галузей виробництва й спеціалізовані заклади: радіо-, телестудії; видавництва й типографії, пошту, телеграф, телефонні станції і т.п., а також армію робітників, які їх обслуговують.

За формою існування мови розрізняють спілкування усне – письмове.

Усне спілкування, як правило, пов'язане з ознаками контактності і безпосередності, а письмове – з ознаками дистантності й опосередкованості.

У письмовому тексті втілюються складніші форми мислення, що відображаються у більш складних мовних формах: відокремлені звороти, експресивні синтаксичні фігури і багато інших.

Письмовий текст вимагає обдумування. Такий текст є зафіксованим. Усний текст разом з ситуацією, жестами, мімікою, інтонацією дозволяє щось не сказати, не припускає переробки тексту, крім уточнень (“Слово – не горобець: вилетить – не спіймаєш”).

4. З погляду змінної – постійної позиції “я – мовця” і “ти – слухача” розрізняють спілкування

діалогічне – монологічне.

Діалог утворюється зміною ролей “я” і “ти”, що організовує текст як суму реплік. Існує своєрідний зв'язок “я” (адресанта) і “ти” (адресата).

5. За кількістю учасників розрізняють спілкування міжособистісне (особисте) – масове.

Кількісні відношення “1-1” і “1- декілька” приводять до міжособистісної комунікації, відношення “1- багато” – до масової (радіо, преса, телебачення).

З погляду ситуації спілкування і взаємостосунків тих, хто спілкується, розрізняють спілкування

приватне – офіційне.

На відміну від приватного, офіційне спілкування обмежене правилами взаємної поведінки і стосунків комунікантів як представників організації, групи, тому такий текст містить чимало клішованих, стереотипних компонентів (тексти ділових переговорів, протоколів, офіційно-ділових паперів тощо).

Основні правила ведення мовлення. Для різних видів мовленнєвої діяльності суспільство формує певні правила їх здійснення. Правила ведення мовлення, чи етикет мовлення, поділяються на правила для мовця і слухача.

Правила для мовця:

Доброзичливе ставлення до співрозмовника, повага до адресата.

Необхідно виявляти доречну у певній ситуації ввічливість (враховувати стать, вік, службовий чи суспільний статус тощо). Треба знімати надмірну категоричність.

Мовцеві не рекомендується ставити в центр уваги своє “я”, нав'язувати свої думки й оцінку подій.

Необхідним для мовця є відокремлення власного “я” слухача у центр уваги.

Мовцеві треба вміти вибирати тему для розмови, доречну в кожній ситуації, яка є цікавою, зрозумілою партнерові.

Мовець повинен стежити за логікою розгортання тексту, за тим, щоб висновки не протирічили задуму бесіди.

Мовець повинен пам'ятати, що межа смислового сприйняття і концентрації уваги у слухача – обмежені.

Мовцеві необхідно постійно відбирати мовні засоби відповідно до вибраної тональності тексту, орієнтуючись не тільки на адресата, але й на ситуацію спілкування загалом, на офіційність або неофіційність ситуації.

Мовець повинен пам'ятати, що в усному контактному безпосередньому спілкуванні слухач не тільки чує, але й бачить його, отже, сприймає жести, міміку, пози, загальну манеру триматися при розмові й культуру поведінки.

Правила для слухача:

Необхідно перервати всі справи й уважно вислухати мовця.

Слухаючи, необхідно доброзичливо, з повагою і терпляче ставитися до мовця, бути тактовним.

Намагатися не перебивати мовця, не вставляти недоречних зауважень, не переводити власне слухання у говоріння.

Слухаючи, треба перевести в центр уваги мовця та його інтереси.

Необхідно вміти вчасно оцінити мовлення співрозмовника, погодитися чи не погодитися з ним, відповісти на питання.

Деякі аспекти мовленнєвої ситуації. Мовленнєва ситуація визначається такими обставинами, що змушують людину щось сказати (або брати участь у

мовленнєвій діяльності). Під мовленнєвою ситуацією розуміють складний комплекс зовнішніх умов спілкування і внутрішніх реакцій співрозмовників, що знаходять вираження в якому-небудь висловлюванні (тексті). Інакше кажучи, для виникнення мовлення необхідні автор його та адресат, тема, місце і час мовлення, його причина і мета.

Етикет і мовлення. У кожному суспільстві етикет поступово розвивався як система правил поведінки, система дозволу й заборон, що формують загалом моральні норми. Етикет і мовлення тісно пов'язані між собою. Манера мовлення, стиль, дозвіл чи заборона говорити одне й не говорити інше, вибір мовних засобів як маркер приналежності до певного середовища – все це наявне в наших мовленнєвих виявах. Мовленнєвий етикет можна визначити як правила, що регулюють мовленнєву поведінку. Це широка зона одиниць мови й мовлення, яка словесно виражає етикет поведінки, дає нам в руки ті мовні багатства, які є в кожному суспільстві для вираження неконфліктного ставлення до людей, а етикет регулює складний вибір доречного засобу конкретною людиною, для її конкретного адресата, у конкретному випадку, ситуації.

Культура поведінки, культура спілкування і мовленнєвий етикет. Культура спілкування – частина культури поведінки людини у суспільстві. Культура поведінки – сукупність форм щоденної поведінки людини (у побуті, у спілкуванні з іншими людьми), у яких знаходять зовнішнє вираження моральні та естетичні норми такої поведінки. Культура поведінки не буває поза культурою спілкування, і навпаки.

Як суспільство впливає на мову через особистість, так і мова завжди впливає на суспільство через особистість, сприяє налагодженню соціальних зв'язків.

Реально постійно відбувається процес інтеграції, адаптації особистості і мови. Тому є підстави розглядати цю взаємодію шляхом акцентуації мовного в особистості, а саму особистість розглядати як мовну особистість.

Мовна особистість – це система, яка виникає в суспільстві та розвивається, заснована на здатності виражати і закріплювати соціальні відносини і взаємодії.

Пропоноване для введення в науковий обіг поняття „мовна особистість” передбачає розгляд її мовної складової як системно-культурного „фермента” і механізму її особистісно-формуючого ансамблю, адже характер освоєння мовної культури впливає на особистісні та соціальні якості людини.

На процес соціально-культурної трансформації спроможні позитивно впливати такі якості-характеристики мовної особистості: мовна відкритість і доступність; соціально-діяльна спрямованість; адаптивно-акумуляюча характеристика; соціально-культурна пізнавальна мотивація; мисленнєва індивідуалізація світу; культурно-репрезентативна якісна визначеність; естетико-мовний профіль особистості.

У контексті соціокультурних трансформацій доцільно вживати поняття „соціокультурне поліваріантне середовище”, що адекватніше соціокультурним мовним змінам, які відбуваються в українському суспільстві.

Лекція №2

Тема. СКЛАДНИКИ КОМУНІКАТИВНОЇ СИТУАЦІЇ

План

1. Структура комунікативної ситуації.
2. Комуніканти, їхня типологія. Мовна й комунікативна компетенція комунікантів.
3. Текст (повідомлення) як знакова форма мовної комунікації.
4. Контекст комунікативної ситуації.
5. Канали комунікації. Комунікативний шум.
6. Вербальні компоненти комунікації. Невербальні компоненти комунікації.

Ключові слова: комуніканти, вербальна, невербальна комунікація, текст, контекст.

Мета: розглянути структуру комунікативної ситуації, проаналізувати мовну й комунікативну компетенцію комунікантів, виховати культуру поведінки під час спілкування; створити атмосферу емоційного підйому; викликати почуття гордості, інтересу, відповідальності, співпереживання, співчуття, радості поваги; виховувати зацікавленість дисципліною, прагнення отримувати нові знання самостійно.

Завдання:

- ознайомити студентів зі структурою комунікативної ситуації;
- розкрити зміст поняття повідомлення як знакової форми мовленнєвого спілкування і встановити закони організації мовного коду та інформаційного масиву комунікації;
- ознайомити студентів із сучасними тенденціями розвитку масової комунікації.
- надати рекомендації щодо успішності, ефективності проведення комунікації, її планування й контролю.

Література:

1. Абрамович С.Д., Чікарькова М.Ю. Мовленнєва комунікація: Підручник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2004.
2. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: Підручник. – К.: Видавничий центр «Академія», 2004. – 344 с.
3. Семенюк О.А. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб./ О.А. Семенюк, В.Ю. Паращук. – К.: ВЦ "Академія", 2010. – С. 121-125.
4. Селіванова О.О. Основи теорії мовної комунікації: Підручник. — Черкаси: Видавництво Чабаненко Ю.А., 2011. – 350 с.
5. Селиванова Е.И. Основы лингвистической теории текста и коммуникации: Монографическое учебное пособие. – К.: Брама, 2004. – С.157-178.

1. Структура комунікативної ситуації

Комунікація (міжособистісне спілкування) як будь-яке системне утворення неможлива без наявності елементів (тобто компонентів, засобів) та зв'язків між ними (тобто структури).

Спілкування людей завжди неповторне, оскільки у ньому беруть участь особистості з різним внутрішнім світом, звичками, уподобаннями тощо; сам процес інтеракції відбувається у конкретній ситуації; тематика, яка обговорюється учасниками, може стосуватися найрізноманітніших проблем тощо. Водночас у будь-якому типі спілкування є спільні елементи, що уможлиблюють сам процес інтеракції (взаємодії) учасників. Це елементарні компоненти і засоби комунікації.

До елементарних компонентів комунікації належать комуніканти (адресант, адресат), повідомлення, канал комунікації, комунікативний шум, контекст і ситуація. Засобами комунікації є коди, тобто система відповідностей між формою і значенням повідомлення. До них належать засоби мовної системи, невербальні засоби.

Кожен комунікативний акт має дві складові: ситуацію і дискурс. Ситуація – фрагмент об'єктивно існуючої реальності, складовою якої є вербальний акт. Дискурс – вербалізована мовленнєво-мисленнєва діяльність, складовими якої є лінгвістичні (засоби мовного коду) й нелінгвістичні (засоби інших семіотичних систем) компоненти. Складові КА, у свою чергу, мають свої компоненти.

Російська дослідниця процесів міжособистісного спілкування В. Красних виокремлює чотири компоненти комунікативного акту:

- конситуація (екстралінгвальний аспект) – об'єктивно наявна екстралінгвальна ситуація спілкування; умови спілкування і його учасники (хто, що, де, коли);
- контекст (семантичний аспект) – імпліцитно (приховано) або експліцитно (відверто) виражені смисли, що реально існують і є частиною ситуації, відображаються в дискурсі та є актуальні для цього КА;

- пресупозиція (когнітивний аспект) – зона перетину індивідуальних когнітивних просторів комунікантів, у тому числі розуміння конситуації;
- мовлення (власне лінгвістичний аспект) – продукт безпосереднього творення.

Процес комунікативного акту відбувається у кілька етапів:

- реалізація повідомлення;
- відправлення повідомлення;
- доставка повідомлення;
- отримання повідомлення;
- опрацювання повідомлення.

Власне комунікативному акту передують операції формування повідомлення (породження мовлення), а джерелом комунікативного акту є інтенція адресанта (відправника).

2. Комуніканти, їхня типологія. Мовна й комунікативна компетенція комунікантів

Найважливішим складником комунікативної ситуації є комунікант – особистість, суб'єкт комунікативного акту, що здійснює передачу інформації або комунікативний вплив чи сприймає та інтерпретує її. У комунікативній ситуації комунікант виконує функцію адресанта – того, хто породжує мовлення, текст і передає повідомлення, й адресата – реципієнта, одержувача інформації, читача.

Адресант (автор, мовець) є джерелом повідомлення. Спирається на існуючі в конкретному суспільстві стратегії презентації інформації. Адресант тримає у своїх руках весь процес комунікації — виникнення, початок, тривання, завершення комунікації, схеми взаємодії з адресатом, тематику спілкування тощо. Адресант кодує свої повідомлення і подає їх у відповідних формах, доступних для адресата (слухача, читача, аудиторії). Може реалізувати свої інтенції у формі усного дискурсу, листа, скарги, роману, урочистих зборів тощо.

Адресат. Кінцевий «споживач» повідомлення. Сприймає повідомлення і відповідно до своїх когнітивних стратегій і конкретних умов інтерпретує повідомлення адресанта. Адресат – це не пасивний споживач інформації, а активна особистість, від якої значною мірою залежить успіх спілкування. Навіть комунікація за допомогою писемного тексту розглядається, як діалог між автором та читачем.

Взаємодія комунікантів у ситуації спілкування можлива завдяки спільному коду однієї мови, певній спільності тезаурусів, комунікативних навичок, установок, знань соціальної системи, культури тощо.

Учасники комунікації – особи з різним внутрішнім світом, різними соціальними ролями, а тому успіх комунікації значною мірою визначають комунікативні стосунки. Н. Арутюнова зазначає, що від стосунків комунікантів залежать:

- форми мовленнєвого спілкування (інформативний діалог, дружня бесіда, суперечка, сварка тощо);
- соціально-етикетний бік мовлення (напр, форми звертання, стиль спілкування свідчать про глибину особистісних стосунків комунікантів);
- участь комунікантів у певних мовленнєвих актах (напр, прохання і наказ свідчать про різні соціальні ролі комунікантів).

Й. Стернін розрізняє соціальні й комунікативні ролі. Соціальна роль — це спосіб поведінки людини, обумовлений її соціальним статусом, правилами (нормами), прийнятими в суспільстві. Комунікативна роль — це відносно постійна система комунікативних вчинків індивіда, значною мірою визначена його соціальним статусом, віковими, гендерними та іншими чинниками.

Комунікант має комунікативний статус – комунікативні норми, права й обов'язки учасника комунікації, визначені сукупністю ролей:

- статусної як відносно постійної ознаки комуніканта, яку він отримує від народження і яка визначає його комунікативну поведінку (наприклад, належність до певних статі, віросповідання, етносу);

- позиційної, що відповідає місцю людини в суспільстві (професії, соціальному статусу) і детермінує його комунікативну поведінку;

- ситуаційної, яка є варіативною й залежить від конкретної ситуації (покупець, пасажир, керівник, підлеглий, пацієнт, друг, жертва, кривдник і т. ін.).

Комунікативний статус впливає на перебіг комунікації, на тип комунікативної взаємодії (кооперативний та конфліктний), на вибір мовних засобів і взаємопов'язаний з намірами, стратегіями й обставинами спілкування тощо.

Залежно від типу комунікації характеристики адресантів різняться. Наприклад, у письмовій та друкованій комунікації адресант може бути колективним (два автори тексту або колектив авторів); невідомим, що зумовлено значною часовою віддаленістю режимів продукування тексту та його інтерпретації; неактуальним, коли дискурсивна локація обмежується автором-функцією й не потребує авторської актуалізації (реklamний, юридичний, релігійний та ін. типи дискурсу); узагальненим (адресанти усної народної творчості).

У теорії мовної комунікації різноаспектним є розгляд проблеми типології комунікантів. У науковій літературі виокремлюють кілька підходів до їхньої диференціації.

Згідно із соціально-рольовим підходом комунікантів поділяють за соціальною функцією, статусними, позиційними й ситуаційними ролями (типовий українець, католик, жінка, лікар, керівник, друг, покупець, пасажир, пацієнт тощо). Тип ролей комунікантів зумовлює репертуар мовленнєвих засобів, що використовуються в ситуації спілкування, типи мовленнєвих актів і жанрів, специфіку інтенційно-стратегічних програм, контексту комунікативної ситуації в цілому.

Лінгвоментальний підхід передбачає поділ комунікантів на понятійно-логічний та асоціативно-художній різновиди залежно від логічності / образності їхнього мислення та системи мовних засобів, які вони

застосовують. Перший тип характеризується логічною, структурною організацією мовлення, використанням слів у буквальному розумінні, аргументованістю змісту, наявністю узагальнювальних і вставних слів та речень. Другий тип має асоціативно-метафоричний спосіб побудови висловлень, репрезентує образне бачення ситуації або предмета, фігуральний спосіб побудови повідомлення. Його мовлення містить чимало метафор, порівнянь, символів, синонімів, повторів, стилістичних прийомів тощо. Ці різновиди практично не існують у чистому вигляді, а є деякою абстракцією найбільш істотних рис певних типів комунікантів.

Психологічний підхід зумовлює диференціацію комунікантів на інтровертів й екстравертів (почуттєвих, мисленнєвих, відчуттєвих та інтуїтивних) згідно з розробленим К. Юнгом складом психічних функцій свідомості. Почуттєвий (емоційний) тип орієнтований на минуле, такі особистості практично не змінюють думок про людей, вони оцінюють події насамперед за результатом, здатні переоцінювати те, що залишає яскравий відбиток у пам'яті. Мисленнєвий тип цікавиться подіями як логічним процесом, планує наступну діяльність, дотримується плану, часто є бездіяльним у кризових станах, самовпевненим, педантом, інколи догматиком. Відчуттєвий тип характеризується звичкою діяти, рисами лідера, ці комуніканти добре справляються із кризовими станами, сприймають все, що їх оточує, багатопланово, конкретно. Інтуїтивний тип може справити враження непрактичної, легковажної людини. У таких комунікантів постійно виникають різні ідеї, які вони прагнуть реалізувати. Вони неорганізовані, але гарні агітатори, здатні передбачати майбутні події, свої переконання вперто відстоюють і т. ін.

За особливостями каналу комунікації в науковій літературі наявний поділ комунікантів на візуалів, аудіалів, кінестиків і «комп'ютерів», визначений тим, який із каналів комунікації або пізнавальних функцій у людини більш розвинений, адже людина несвідомо прагне використати ту систему, котра в неї розвинена якнайкраще. Візуали в розмові вживають

висловлення: Бачите, Подивіться, Зверніть увагу, Це виглядає так. Вони використовують візуальний контакт очима, жестикуляцією намагаються показати те, про що говорять. Аудіали вживають вирази: Послухайте, Чуєте, Це звучить так. Їхнє мовлення наповнене дієсловами й іменами звучання, звуконаслідуванням. У розмові вони повертаються до співрозмовника вухом, практично не дивляться в очі. Кінестики часто використовують слова зі змістом соматичних відчуттів (важкістю й легкістю, холодом і теплом). Згадуючи щось, вони дивляться прямо перед собою або вниз. «Комп'ютери» застосовують слова, пов'язані з інформацією, мисленневою діяльністю, абстрактними поняттями: (приміром, частотними в них є лексеми: цікаво, розумію, знаю, отже, по-перше, по-друге).

Прагматичний підхід уможливив проектування типів мовних особистостей на комунікативну взаємодію. Російський дослідник С. Сухих виокремив три таких різновиди: гармонійний, що має пластично-динамічну установку, передбачає домінування маркерів упевненості, дотримання соціальних схем і норм, підтримання принципів кооперації; конфліктний, налаштований на лідерство у спілкуванні, на егоцентричність мовлення, прагнення до усунення або зміни теми розмови, конфліктне зіткнення інтенцій; й імпульсивний, що характеризується швидкою зміною позиції й тем спілкування, схильністю до негативної оцінки, прагненням лідерства тощо. Кожний із цих різновидів має певні особливості мовлення.

Мовна й комунікативна компетенція комунікантів

Успіх комунікації великою мірою залежить від компетенції комунікантів.

Розрізняють 4 її типи:

1) предметна компетенція – розуміння предметного світу, тобто його складових, їхніх системних та структурних зв'язків, функцій, тенденцій розвитку і змін тощо; це орієнтація людини у фізичному світі, без якої неможлива будь-яка комунікація;

2) культурна компетенція — орієнтація в базових елементах культури, крізь які усвідомлюється предметний світ носіями мови. На думку деяких дослідників, культура, у межах якої відбувалась соціалізація особистості, визначає спосіб пізнання світу й орієнтації в ньому;

3) мовна компетенція – володіння засобами мови, тобто одиницями і категоріями всіх її рівнів, стилістичними засобами, законами їх використання тощо;

4) комунікативна компетенція – навички використання мови в конкретному контексті й ситуації спілкування; уміння зорієнтуватись у співбесіднику, ефективно впливати на нього.

Термін мовна компетенція впровадив Н. Хомський, протиставляючи знання мови використанню мови. Мовна компетенція – знання мови (лексикону, граматичних категорій і парадигм, фонологічних компонентів, правил породження синтаксичних конструкцій і речень тощо). Мовну компетенцію дослідник розглядав як найважливіше знаряддя породження та сприйняття й розуміння мовлення.

Комунікативну компетенцію трактують як здатність мобілізувати різноманітні знання мови (мовну компетенцію), паравербальних засобів, ситуації, правил, конвенцій і норм спілкування, соціуму, культури для ефективного виконання певних комунікативних завдань у відповідних контекстах чи ситуаціях.

Термін «комунікативна компетенція» уведений Д. Хаймзом у значенні системи знань про правила мовної комунікації, її процедуру, етикет, ритуал, яка відображає взаємодію інтелектуального, соціального й вербального в поведінці комуніканта. Комунікативна компетенція передбачає володіння не лише знаннями, а й уміннями та навичками побудови інтенційно-стратегічної програми комунікації, дотримання її і контролю за нею у процесі спілкування; орієнтації на співрозмовника, передбачення його реакції; вибору мовних і паравербальних засобів комунікації та їх декодування; подолання комунікативних перешкод, усунення комунікативних шумів тощо.

Мовну й комунікативну компетенцію людина удосконалює все своє життя в різноманітних ситуаціях, з різними людьми, перебуваючи в різних станах.

3. Текст (повідомлення) як знакова форма мовної комунікації.

Повідомлення, яке поєднує учасників спілкування, створюється адресантом (автором) за допомогою засобів конкретного коду (тобто кодується) і надсилається адресату.

У науковій літературі існує чимало визначень поняття текст. Різноманітність підходів до тлумачення тексту зумовлена багатьма причинами, передусім важливістю цього поняття для людини, його складністю, а також багатовіковою традицією вивчення його в різних сферах знань. І справді, текст як явище мовної та позамовної дійсності – складний феномен, що виконує різноманітні функції: бере участь у комунікації, допомагає зберігати і передавати інформацію в просторі й часі, фіксує психічне життя індивідів, є продуктом конкретної історичної епохи, формою існування культури, віддзеркаленням певних соціокультурних традицій тощо.

За «Лингвистическим энциклопедическим словарем», текст — це «об'єднана смисловим зв'язком послідовність знакових одиниць, основними рисами якої є зв'язність і цілісність». Однак під таке визначення, крім текстів, підпадають також дискурси, повідомлення та висловлювання (речення). До того ж поняття «текст» набуло загальносеміотичного значення. У семіотиці під текстом розуміють осмислену послідовність будь-яких знаків, будь-яку форму комунікації, зокрема обряд, танець, ритуал тощо.

У сфері комунікації теж немає єдності поглядів щодо тексту. Деякі вчені ототожнюють процес спілкування з текстом, вважаючи його втіленням самої комунікації. Інші розглядають текст як результат спілкування, співвідносячи його з поняттям «дискурс».

У теорії мовної комунікації текст (повідомлення) кваліфікують як знакову форму мовної комунікації, що є посередником передачі інформації, обміну нею та впливу на адресата.

На думку З.Тураєвої, текст – головна, поряд із висловленням, одиниця комунікації, продукт певного виду діяльності, спосіб збереження та передачі інформації, форма існування культури, продукт певної історичної епохи, відображення психічного життя індивіда і т. ін.

Структурно текст може дорівнювати літері, слову, сполучі, висловленню, якщо ці одиниці несуть цілісну інформацію, яка відповідає певній прагматичній ситуації (наприклад, літера М на станціях метро, таблички Вихід, Ординаторська, Черговий лікар, Бережіть ліс і под.), а також сукупності висловлень і надфразних єдностей тощо.

Остаточно не розв'язаною є проблема типології текстів. У науковій літературі існує їхній поділ за різними параметрами на: 1) усні, письмові, друковані; 2) адресатні й безадресатні; 3) комунікативно спрямовані на процес і на результат; 4) жорсткі (клішовані), узуальні (частково регламентовані) і вільні (С. Гіндін); 5) дескриптивні (описові), наративні (оповідні), експланаторні (пояснювальні), аргументативні й інструктивні (Е. Верліх) і т. ін. Розгалуженими є класифікації текстів за стилем, жанром і типом дискурсу (наприклад, художні, публіцистичні, наукові, ділові, релігійні; або тексти протоколи, накази, дисертації, статті, репортажі тощо; або політичні, спортивні, юридичні, військові, рекламні тощо).

Знакова форма повідомлення (тексту) формується, зокрема, під впливом ситуативного контексту.

4. Контекст комунікативної ситуації

У теорії мовної комунікації складник контексту розглядають як умови забезпечення інтеракції між комунікантами на підставі повідомлення (тексту). Ці умови передбачають кілька параметрів.

Першим є часово-просторовий, що залежно від типу комунікації має кілька режимів. Так, в усному міжособистісному спілкуванні дискретність

між процесами продукування повідомлення та його сприйняття незначна, хоч за умови застосування технічних засобів передачі інформації час і простір можуть мати два дискретних у часі і просторі режими. Наприклад, репортаж із місця подій, прямий ефір на телебаченні, телефонна розмова можуть мати майже однаковий час, але різнитися просторово. Застосування запису на відео чи аудіо усних повідомлень може створювати значну відстань у часі та просторі. Письмова або друкована комунікація може мати як значну, так і незначну відстань у часі та просторі.

Другий параметр контексту – емпірично-ситуативний – передбачає застосування знань про учасників комунікативної ситуації; їхні комунікативні статуси, соціальні ролі й функції, фізичні та психологічні особливості, причини, можливі наміри спілкування, а також про безпосереднє предметне оточення, у якому здійснюється комунікативний акт. Наприклад, комунікація керівника й підлеглого: перший є жінкою, середнього віку, заможною, вередливою, яка прискіпливо ставиться до підлеглих, другий є молодого вродливою жінкою, яка спізнилася на роботу. Метою спілкування є виклик підлеглої до керівника установи через спізнення першої на роботу. Намір керівника - покарати винну, можливо, навіть звільнивши її з роботи. Спілкування відбувається в кабінеті керівника, яка сидить у величезному кріслі за великим дубовим столом. Підлегла стоїть перед нею. Перебіг цієї комунікації залежить від багатьох чинників, але контекст її розгортання не на користь підлеглої. Можливе втручання інших осіб також може вплинути на результати спілкування.

Щодо художньої текстової комунікації важливим у ракурсі другого параметра є врахування знань читача про автора тексту, факти його біографії, особливості творчості, інші твори цього автора.

Третій параметр контексту – соціально-ситуативний - визначений умовами соціального середовища, законами й нормами соціуму, політичним й економічним станом суспільства тощо. Цей параметр зумовлює баланс

обличчя комунікантів, їхні соціальні ролі й функції, результат спілкування тощо.

Четвертий параметр – культурно-ситуативний – передбачає залежність комунікативного акту від культури або субкультури, у яких здійснюється інформаційний обмін чи вплив. Від цього параметра залежить вплив на комунікантів і спілкування культурних настанов, норм, цінностей, традицій, звичаїв, вірувань, міфів і т. ін. Приміром, для художньої текстової комунікації важливим складником контексту є семіотичний універсум культури, з яким взаємодіє художній твір, автор і читач.

Ситуативний контекст має три виміри: фізичний, соціально-психологічний, часовий.

Фізичний вимір охоплює проксемічні аспекти спілкування, а також місце комунікації. Комунікація в автобусі, ресторані, аудиторії, лікарні, стадіоні, кухні, театрі, музеї, дискотеці тощо суттєво відрізняється. Фізичний вимір впливає на зміст і форму повідомлень, а також на формування атмосфери спілкування.

Соціально-психологічний вимір виявляється у характері зв'язків між учасниками спілкування, їхніх статусах, соціальних ролях, нормах і культурних чинниках, прийнятих у суспільстві, а також у фізичному стані мовців, їхніх психологічних особливостях (характері, темпераменті тощо).

Часовий вимір стосується пори дня, історичних умов, суспільно-політичного устрою тощо, в межах яких відбувається спілкування.

Знання ситуативного контексту має суттєве значення для кодування і декодування інформації у спілкуванні. Люди створюють пізнавальні й комунікативні схеми поведінки й реагування в певних ситуаціях (поведінка і розмови на стадіоні, рок-концерті, в університетській аудиторії тощо). Орієнтація в контексті допомагає вибору потрібних комунікативних стратегій, що сприяють успіху в спілкуванні.

5. Канали комунікації. Комунікативний шум

Комунікативний канал є способом передачі інформації, обміну нею та комунікативного впливу. Ф. Бацевич кваліфікує комунікативний канал як «місток», що поєднує адресанта й адресата; засоби, за допомогою яких надсилається повідомлення. У 1949 р. американські математики В. Вівер і К.Шеннон використали поняття каналу зв'язку в запропонованій ними контактано-релейній схемі передачі інформації, відомій як інформаційно-технічна модель комунікації. Вони розглядали канал зв'язку як фізичне середовище, по якому проходить сигнал до одержувача інформації. Саме в каналі можливі викривлення й модифікації сигналу, який доходить до адресата в дещо іншому вигляді через наявність джерела шуму, тобто перешкод, зумовлених фізичними явищами (безладними звуковими коливаннями, тепловим і космічним випромінюванням і т. ін.).

У сучасній теорії мовної комунікації комунікативний канал отримав значення способу зв'язку, за допомогою якого передається повідомлення. Такими способами є вокальний (слуховий, звуковий), візуальний (зоровий), тактильний, нюховий, смаковий канали.

Вокальний (слуховий, звуковий) канал. Провідний канал комунікації; саме він став домінуючим у процесах міжособистісного спілкування.

Переваги цього каналу спілкування:

- усе, що потрібно для комунікації, завжди з людиною; немає потреби у додаткових засобах;
- при говорінні не витрачається жоден фізичний матеріал, тобто це економний засіб спілкування;
- усна комунікація дає змогу транслювати великі масиви інформації від покоління до покоління (міфи, вірування, легенди тощо);

Обмеження цього каналу:

- інформацію неможливо передати на великі відстані без спеціальних технічних засобів;
- неможливе селективне (вибіркове) передавання інформації до однієї людини: звернення мовця до когось персонально в аудиторії почують усі

присутні в ній. Шепотіння є дієвим лише на невеликій відстані між учасниками спілкування;

– нетривалість у часі (хоча в окремих випадках це можна розцінювати як позитивне явище);

– усне передавання є нечітким: інформація може бути перекручена посередником передавання (ефект «зіпсованого телефону»);

– усна комунікація доступна лише одному мовцеві: одночасне говоріння кількох мовців неефективне.

Візуальний (зоровий) канал. Цим каналом людина отримує переважну більшість інформації від оточення. У комунікативних структурах, які використовують його (наприклад, телебачення, прапорцева сигналізація, сигналізація за допомогою диму тощо), велике значення має писемність. Писемність не прив'язана до однієї координати часу і простору; текст може мандрувати в просторі й часі без обмежень; писемність забезпечує точність передавання інформації.

Обмеження цього каналу: необхідність спеціального навчання і наявності спеціальних засобів письма.

Тактильний канал (що сприймається дотиком). Обмежений канал передавання інформації для «звичайних» людей і основний для людей з вадами зору та мовлення (сліпих і сліпоглухих). Застосування: шрифт Брайля, спеціальні знаки на грошових купюрах.

Нюховий канал. Надає відповідну інформацію про оточення людини, середовище, у якому вона існує, але комунікативні можливості його доволі обмежені. Має важливе значення у деяких культурах та субкультурах (наприклад, використання парфумів у спілкуванні людей протилежної статі в європейській культурі чи використання рослин із сильним запахом для дезорієнтації ворогів у деяких племенах південноамериканських індіанців тощо). Вагоме значення мав у минулому для виживання людей в агресивному природному оточенні; залишається суттєвим у тваринному світі.

Смаковий канал. Лише передає інформацію про тип і якість страви чи напою, є маркером культури народу. Його роль як «місточка» інформаційних потоків у сучасному суспільстві суттєво знизилася порівняно з попередніми періодами розвитку людства, коли добування людьми засобів харчування було пов'язане із значними затратами фізичних, психічних та інших зусиль, однак не цілком знівельована. Недарма ж існує жартівлива сентенція, що шлях жінки до серця чоловіка пролягає через його шлунок. Засоби цього каналу мають свою семантику (національні страви відіграють певну роль у міжкультурних контактах), прагматику (значною є роль різного типу церемоній, пов'язаних із вживанням страв, у культурах Південно-Східної Азії) і синтактику (наприклад, компот не споживають раніше від борщу). Розгорнута ж комунікація на основі смакового каналу в принципі неможлива.

Найбільш поширеними є перший і другий канали. Вокальний канал опосередковує міжособистісне спілкування, однак його неможливо застосувати без спеціальних технічних засобів при передачі інформації на великі відстані у часі та просторі. Вокальний і візуальний канали здебільшого доповнюють одне одного і в чистому вигляді обслуговують людей з вадами зору (перший) і слуху (другий). Тактильний канал застосовують комуніканти переважно з вадами зору (система Брайля).

Комунікативний шум

Комунікативний шум розглядають як перешкоди різного рівня та природи, що знижують ефективність комунікації, дестабілізують процес сприйняття й розуміння інформації, що передається, і можуть призвести до припинення комунікації.

Внаслідок впливу шуму на перебіг комунікації отримана інформація може суттєво відрізнитися від тієї, яку надіслав адресант, або її отримання взагалі унеможливиться.

З урахуванням критеріїв фізичного, психічного й інтелектуального сприйняття дослідники виділяють три типи шуму:

1) фізичний шум (зовнішній, або механічний). Це шум мотора автомобіля, шум вентилятора, невизначна або занадто тиха вимова адресанта, заповнене цигарковим димом приміщення, невизначний почерк адресанта, нечіткість друкованого тексту та плями на ньому тощо;

2) психічний шум. До нього належать різні форми психічних порушень та деформацій, зумовлених ставленням до адресанта або адресата: від негативних (упередження і неприхильність) до крайніх позитивних (цілковита відсутність критичного сприйняття, схилення перед авторитетом, навіть обожнення). Йдеться також про неухважність слухача, заглибленого у власні думки, його інтелектуальну обмеженість, брак спостережливості, невміння відбору важливої інформації тощо;

3) семантичний шум. Виникає внаслідок спілкування різними мовами, використання учасниками відомої лише обмеженому колу фахівців спеціальної термінології тощо. Часто семантичний шум виникає у випадку наявності довгого комунікативного ланцюжка, коли «по дорозі» до кінцевого адресата з'являються неточності в передаванні інформації, трансформації, додавання тощо.

6. Вербальні компоненти комунікації. Невербальні компоненти комунікації

Провідну роль у спілкуванні відіграють вербальні компоненти. Вербальні компоненти – це засоби мовного коду, тобто слова, словосполучення, речення, тексти, за допомогою яких передається інформація.

Мовлення – основний, але не єдиний спосіб спілкування. Люди обмінюються інформацією за допомогою багатьох інших засобів — жестів, міміки, постав тіла, одягу, зачісок, запахів, навіть предметів, які їх оточують (наприклад, меблів). Усе це отримало назву невербальні засоби.

Отже, складником комунікативної ситуації є невербальні засоби спілкування – елементи комунікативного коду, що мають немовну (але знакову) природу, і разом із засобами мовного коду служать для створення,

передавання і сприйняття повідомлень. Невербальні засоби зазвичай кваліфікують як допоміжні у спілкуванні, хоча, за підрахунками лінгвістів, вони передають значно більшу кількість інформації (від 93% до 60%), ніж вербальні. За даними О. Петрової, під час знайомства в перші 12 секунд спілкування 92% отриманої співрозмовниками інформації має невербальну форму. Вважається, що у виразі обличчя беруть участь 55 складників, сполучення яких спроможне передати 20 тисяч смислів.

За формою представлення паравербальні засоби поділяють на безпосередні (супровідники усного мовлення) й опосередковані (супровідники письмової та друкованої комунікації).

Опосередкованими є шрифт, курсив, фарба, підкреслення, малюнки, діаграми, таблиці, формули, фотографії тощо, представлені в письмових і друкованих текстах.

Безпосередні паравербальні засоби, що супроводжують усну комунікацію, диференціюють по-різному.

О.Селіванова пропонує поділ паравербальних засобів на:

- фонаційні (тембр, темп, мелодика, тон, гучність, дефекти, індивідуальні особливості мовлення, паузи, хезитації тощо),
- мануальні (жести),
- мімічні (рух м'язів обличчя),
- пантомімічні (рух тіла, голови, ніг, хода, постава),
- ситуаційно-конфігураційні (колір шкіри, характер дихання, погляд (окулістика), відстань комунікантів (проксеміка), час спілкування (хронеміка), торкання (гаптика), одяг, загальна манера поведінки мовця).

У деяких класифікаціях виокремлюють сфери: кінесики, куди залучають жести, поставу, рухи тіла, міміку, окулістику, ходу, манеру одягатися; такесики (торкання комунікантів); сенсорики (чуттєвого сприйняття комунікантів за допомогою нюхового, смакового, слухового, зорового й тактильного каналів); проксеміки та хронеміки.

Кінесика. Це один із найважливіших засобів невербального спілкування. Його ще називають «мовою тіла». Кінестетичні сигнали (міміка, жести, постава тіла тощо) можуть бути підсвідомими (неконтрольованими) і свідомими (контрольованими). Міміка (вираз обличчя). Найважливіший засіб невербальної комунікації. Дослідники зазначають, що найменшому контролю підлягають очі. «Очі не брешуть», «Очі – дзеркало душі», «Хочеш пізнати людину – дивись їй у вічі» – ці вислови свідчать про важливість виразу очей в комунікації. Так, блискучі очі виражають радість, матові – сум. Широкі зіниці свідчать про страх; нерухомі – про концентрацію уваги; «бігаючі» – про неспокій, розпорошення уваги; короткі погляди в бік — почуття вини, побоювання осуду оточення; погляд униз – несміливість або почуття провини, страху.

Про внутрішній стан людини, домінування у її психо-когнітивній діяльності певних типів відчуттів можуть свідчити рухи зіниць очей. Наприклад, якщо співбесідник, перш ніж відповісти на поставлене запитання, піднімає очі догори, можна з упевненістю говорити про домінування у сфері його психо-когнітивних процесів зорових образів; якщо зіниці очей опущені вниз – домінують тілесні відчуття; рух зіниць очей вбік свідчить про переважання слухових вражень.

Контрольована міміка – це прийняті в конкретній культурі, конкретним етносом засоби міміки, що виражають окреслені «межі» почуттів, емоцій тощо. Вони "дешифруються" у межах певної культури однозначно.

Нижче наведено приклади конвенціональної (загальноприйнятої) міміки в комунікації українців і деяких європейських етносів: примруження ока – привертання уваги адресата, попередження його про щось; широко відкриті очі – демонстрація здивування, несподіванки; кліпання повіками – підтвердження або згода на щось; підняття брів – мовець почув щось дивне, незвичне, непристойне тощо; стягування брів — незадоволення, гнів; опущення куточків зімкнених губ – незнання; усмішка з одночасним примруженням очей – іронія, насмішка з когось.

Жести. У спілкуванні є носіями різного типу інформації, пов'язаної з емоційними станами комунікантів. Сучасні американські дослідники ролі невербальних засобів у спілкуванні А. Піз і А. Гарнер виявили різні типи емоційних станів людини, аналізуючи жести учасників психотерапевтичних сеансів.

Нудьга: голова лежить на руці; чим сильніше слухач налягає на руку, тим йому нудніше; палець скерований до виска, а рука на підборідді свідчить про критичне ставлення до співбесідника та його слів. Таке ставлення посилюється, якщо адресат сидить схрестивши ноги; руки також схрещені на грудях, голова нахилена, тіло відкинуте назад, ліва брова опущена, пальці зігнуті.

Позитивне ставлення: голова вільна, голова трохи нахилена, палець лише торкається голови, пальці не зімкнені;

Упевненість: мовець тримає пальці хатинкою; жінки при цьому часто кладуть руки на коліна.

Відкритість: відкриті долоні, звернені у бік адресата (аудиторії).

Оборона: руки схрещені на грудях, напружена шия, застебнутий піджак, темні окуляри.

Очікування: потирання долонь.

Невпевненість: почухування або легке потирання шиї нижче вуха і позаду вуха – це сигнал, що співбесідник не розуміє сказаного.

Симпатія: копіювання жестів, міміки й постави тіла співбесідника.

Рівність: горизонтальне потискування рук.

Домінування: повертання руки співбесідника при потискуванні донизу.

Приховування: людина часто торкається різних час-І тин свого обличчя, найчастіше носа, ніби прикриваючи (губи. Іноді потирає очі, що може бути декодовано як «не хочу бачити цього».

Роздратування: підсвідоме розслаблення комірця або потирання шиї.

Несхвалення, втрата інтересу: пошук чогось дрібного на одязі, часто неіснуючого, змахування його під час розмови; людина палить, опускає очі, додолу видихує дим (часто тонкою цівкою).

Недовіра, приховування думок: прикривання рукою губ, потирання вуха («Я вже наслухався цього»).

Постава. Положення людського тіла значуще для комунікації. З позицій міжособистісного спілкування, зокрема ставлення до партнера, виділяють такі типи постав:

–постави, що демонструють відкритість або замкнутість особи адресата.

Наприклад, схрещені на грудях руки, сплетені в замок пальці, відхилення спини назад тощо відповідають внутрішній замкнутості адресата; повернутість голови й тіла в бік партнера, нахилений тулуб уперед, вільні плечі тощо свідчать про внутрішню відкритість адресата;

–постави, що демонструють домінування («нависання» над партнером, рука «забута» на плечі співбесідника тощо) чи залежність (погляд знизу, ситуативна згорбленість тощо);

–постави, що свідчать про гармонію (синхронізація постав тіла, зверненість усього тіла в бік партнера, відсутність напружень окремих груп м'язів тощо) чи протистояння (стиснуті кулаки, руки на паску і плече вперед тощо).

Проксеміка позначає просторові параметри, які використовують у комунікації як супровідні, зокрема, це територія, де відбувається спілкування, дистанція між співрозмовниками; спосіб їхнього розташування, локалізація сторонніх осіб, предметів, явищ природи тощо. Термін уведений американським лінгвістом Е. Холлом із метою аналізу впливу проксеміки на характер міжособистісного спілкування в різних культурах і субкультурах. Дослідник виділив чотири зони комунікації (дистанції між співрозмовниками): інтимну (до 45 чи 60 см) для друзів, близьких людей; особистісну (від 45 до 120 см) – відстань, яку тримає індивід при спілкуванні з іншими людьми; соціальну (від 120 до 360 см) - дистанцію між

співрозмовниками у формальному та світському спілкуванні; публічну (від 3,5 м) – дистанцію комунікації на публічних масових заходах.

Під час вторгнення неблизького співрозмовника до інтимної зони свого партнера у спілкуванні, останній відчуває тривогу, дискомфорт, формує негативне ставлення до партнера; при віддаленні від нього може виникати думка про байдужість, холодність, небажання спілкуватися. Локалізація співрозмовників відносно один одного зумовлена національними традиціями, структурою комунікативного акту, статтю, станом здоров'я, соціальним статусом, характером, ставленням тощо.

Мають значення у процесах комунікації форма стола (наприклад, круглий стіл під час переговорів символізує рівноправність учасників); місце комунікантів (розташування співрозмовників за столом напроти, як правило, налаштовує на офіційність, навіть ворожнечу; найкраще для співпраці сидіти за одним столом пліч-о-пліч) тощо.

Хронеміка охоплює часові параметри, які використовують у комунікації як супровідні, зокрема, тривалість спілкування, часові показники реплік діалогу, регламентованість часу спілкування, сприйняття часу партнерами комунікації (спізнення, точність, обов'язковість, дотримання регламенту) тощо.

Такесика – термін, уведений російським дослідником Г. Крейдліним, який зауважував, що торкання є однією з основних перцептивних здатностей людини. Функціями торкання він вважав вираження дружби, інтимного ставлення до адресата, встановлення контакту з ним, указівку на статусну роль у комунікації. Значущими під час спілкування є показники місця, способу, тривалості, міцності торкання, наявності сторонніх осіб при тактильній взаємодії тощо.

У науковій літературі детально розроблено класифікації окремих паравербальних засобів комунікації. Наприклад, жести диференціюють на ілюстратори – описово-зображальні супровідники мовлення; конвенційні жести (емблеми), які можуть бути прямо переведені у слова (наприклад,

вітання, прощання, запрошення, образа); модальні жести як жести незадоволення, схвалення, недовіри, невпевненості, страждання, зосередженості тощо; ритуальні жести, які застосовують у ритуалах. Торкання людини поділяють на професійні (огляд лікаря), ритуальні (дипломатичні поцілунки, рукостискання), дружні й любовні. Й. Стернін подає більш детальну класифікацію жестів на номінативні, емоційно-оцінні, вказівні, риторичні, ігрові, допоміжні, магичні.

Комбінаторика паравербальних засобів із вербальними в мовленні має такі вияви: повторення як дублювання вербальних засобів паравербальними; контрдицію як їхнє семантичне протиставлення; субституцію як заміну вербальних засобів паравербальними; доповнення як модифікацію паравербальними засобами вербальних; акцентування як підвищення уваги адресата за рахунок паравербальних; регулювання як сприяння інтерактивності мовця й адресата.

Лекція №3

Тема. Комунікація в міжособистісних відносинах

План

1. Особливості взаємодії в соціальній психології.
2. Форми поведінки особистості у міжособистісній взаємодії.
3. Взаємодія і міжособистісний вплив.

Ключові слова: комунікація, вплив, взаємодія, особистість.

Мета: розглянути форми поведінки особистості в міжособистісній взаємодії, виховати культуру поведінки під час спілкування; створити атмосферу емоційного підйому; викликати почуття гордості, інтересу, відповідальності, співпереживання, співчуття, радості поваги; виховувати зацікавленість дисципліною, прагнення отримувати нові знання самостійно.

Завдання:

- проаналізувати комунікативну компетенцію у філогенезі й онтогенезі, її співвідношення з мовною та культурною компетенцією;

- розробити оптимальні моделі комунікативних ситуацій;
- надати рекомендації щодо успішності, ефективності проведення комунікації, її планування й контролю.

Література

1. Абрамович С.Д., Чікарькова М.Ю. Мовленнєва комунікація: Підручник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2004. – С. 45–87.
2. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: Підручник. – К.: Видавничий центр «Академія», 2004. — 344 с.
3. Семенюк О.А. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб./ О. А. Семенюк, В.Ю. Паращук. – К.: ВЦ "Академія", 2010. – С. 121-125.
4. Селиванова Е.И. Основы лингвистической теории текста и коммуникации: Монографическое учебное пособие. – К.: Брама, 2004. – С.157-178.

У суспільстві в процесі соціального життя утворюється система взаємодій особистостей. Різноманітні соціальні відносини, суб'єктами яких вони є, зумовлені різноманітністю соціальних інтересів. Соціальні відносини мають об'єктивний характер, але для кожної людини вони, відображаючись у її внутрішньому світі, набувають особистісного сенсу, що виявляється в індивідуальних поведінці, почуттях, настроях та ін.

Особливості взаємодії в соціальній психології

Неодмінною особливістю соціальних відносин є міжособистісний соціально-психологічний аспект. Міжособистісні відносини визначають тип взаємодії (суперництво, співробітництво), ступінь його вираження (більш або менш успішне, ефективне співробітництво). На їх формування впливають умови життєдіяльності людини, емоційна забарвленість. Емоції спонукають до дії, відіграють важливу роль у таких взаєминах, як дружба, любов, шлюб. За допомогою емоцій (переляк, сміх та ін.) людина може впливати на партнера по взаємодії, відповідно змінюючи його реакцію на предмет обговорення.

Людину із суспільством пов'язує розгалужена система зв'язків. Основними їх елементами є суб'єкти зв'язку, предмет зв'язку – те, з приводу

чого здійснюється зв'язок, і механізм свідомого регулювання взаємин між суб'єктами. Конкретний зв'язок відбувається у формі контакту і власне взаємодії, але контакт є першою сходинкою реальної взаємодії. Він може бути і самостійним явищем, яке у взаємодію не переростає. Такий контакт поверховий, швидкоплинний, позбавлений системи споріднених дій суб'єктів один з одним. Власне взаємодія є систематичними, регулярними діями суб'єктів, спрямованими один на одного, що мають на меті викликати відповідну реакцію, яка зумовлюватиме нову реакцію того, хто здійснює вплив.

Взаємодія – взаємозалежний обмін діями, організація людьми взаємних дій, спрямованих на реалізацію спільної діяльності.

Під час взаємодії відбувається обмін діями, зароджуються спорідненість, координація дій обох суб'єктів, а також стійкість їх інтересів, планування спільної діяльності, розподіл функцій тощо. За допомогою дій відбуваються взаємне регулювання, взаємний контроль, взаємовплив, взаємодопомога. Це означає участь кожного учасника взаємодії у розв'язанні спільного завдання з відповідним коригуванням своїх дій, врахуванням попереднього досвіду, активізацією власних здібностей і можливостей партнера. Спілкуючись, обмінюючись інформацією, людина виробляє форми і норми спільних дій, організовує і координує їх. Це забезпечує уникнення розриву між комунікацією і взаємодією.

Види взаємодії. Традиційно види взаємодії поділяють на дві групи:

1. Співробітництво. Воно передбачає такі дії, які сприяють організації спільної діяльності, забезпечують її успішність, узгодженість, ефективність.
2. Суперництво. Цю групу утворюють дії, які певною мірою розхитують спільну діяльність, створюють перепони на шляху до порозуміння.

Основні наукові погляди на взаємодію та її структуру. Широкий спектр особливостей взаємодії як соціально-психологічного феномену, різноманітні форми її перебігу в різних соціальних середовищах, впливу на особистість, неоднакові гносеологічні засади вчених, котрі досліджували цю

проблематику, викристалізовувалися у відповідних теоретичних конструкціях. Однією з найвідоміших серед них була теорія соціальної дії (М. Вебер, Т. Парсонс та ін.), яка в різних варіантах описувала індивідуальний акт дії, а також компоненти взаємодії: люди, зв'язок між ними, вплив один на одного. Головне своє завдання вона вбачала в пошуку домінуючих чинників мотивації дій. Широкий контекст людської діяльності, на думку її прихильників, є результатом одиничних дій (елементарних актів), які і утворюють системи дій. Елементами акту (одиничної дії) є діяч (той, хто здійснює діяння); інший (той, на кого спрямоване діяння); норми, згідно з якими організовується взаємодія; цінності, яких дотримується кожний з учасників; ситуація, в якій здійснюється дія. Американські соціальні психологи Дж. Тібо і Г. Келлі обґрунтували модель діадичної взаємодії (взаємодія в діаді), сутність якої зводиться до таких положень:

- будь-які міжособистісні взаємини є взаємодією, реальним обміном поведінковими реакціями в межах певної ситуації;
- взаємодія з більшою вірогідністю продовжуватиметься і позитивно оцінюватиметься учасниками, якщо вони матимуть вигоди з неї;
- для з'ясування наявності чи відсутності вигоди кожен учасник оцінює взаємодію з точки зору знаку і величини результату, який є сумою винагород і втрат внаслідок обміну діями;
- взаємодія продовжуватиметься, якщо винагороди її учасників перевищуватимуть втрати;
- процес отримання вигоди учасника ускладнюється можливістю учасників впливати один на одного, тобто контролювати винагороди і втрати.

Подальші дослідження в межах цієї теорії стосувалися типів контролю і особливостей соціальної поведінки учасників взаємодії. Розгляд взаємодії з позицій концепції символічного інтеракціонізму пов'язаний з ім'ям американського соціального психолога Дж.-Г. Міда. Взаємодія в ній розглядається як вихідний пункт будь-якого соціально-

психологічного аналізу. Вирішальну роль вона відіграє у становленні людського “Я”, але не тому, що люди є сукупністю простих реакцій на думки інших, а тому, що в ситуаціях взаємодії формується особистість, усвідомлює себе, діючи разом з іншими. Моделлю таких ситуацій є гра, в якій індивід обирає для себе так званого значущого іншого й орієнтується на те, як він ним сприймається. Головна ідея концепції символічного інтеракціонізму полягає в таких положеннях: особистість формується у взаємодії з іншими людьми; механізмом цього процесу є контроль дій особистості, що має у своїй основі уявлення оточення про людину. Згідно з цією концепцією суспільство — це сукупність індивідів, котрі взаємодіють один з одним у значущих соціальних ситуаціях. Спрощено цей зв'язок можна розглядати за такою схемою: “Я – соціальна ситуація – символічна інтерпретація ситуації – інша людина”.

Структурний опис взаємодії представлений і в транзакційному аналізі Е. Берна, який розглядав її через динаміку міжособистісних позицій партнерів, позначивши їх як Дитина, Дорослий, Батько. їх взаємодія є ефективною, якщо транзакції збігаються (мають “додатковий” характер), тобто коли, наприклад, комунікатор звертається до реципієнта як Дорослий і той відповідає в такій самій позиції. Показником ефективності є також адекватне розуміння ситуації й адекватний стиль дії в ній.

За твердженнями Г. Андреевої, взаємодія як організація спільної діяльності людей сприяє розкриттю смислу їх конкретних дій. Інтерактивний аспект спілкування полягає в обміні не тільки знаннями, ідеями, а й діями, які допомагають партнерам здійснювати спільну діяльність. Взаємодія фіксує обмін інформацією, організацію спільних дій, тобто комунікація організовується у процесі спільної діяльності, з її приводу. Розрив спілкування (його аспекта) з діяльністю відмежовує ці процеси від широкого соціального фону, на якому вони відбуваються. Тобто втрачається змістовий чинник спілкування. Єдиною умовою «вловлення» цього змістового моменту є взаємодія як форма організації конкретної діяльності людей.

Зв'язок взаємодії і спільної діяльності. Зміст взаємодії, її смислове навантаження розкривається як на рівні окремих контактів і дій, так і в контексті спільної діяльності, яка реалізується за однією з трьох моделей:

- 1) спільно-індивідуальна (кожен учасник здійснює свою частину спільної справи незалежно від інших);
- 2) спільно-послідовна (спільне завдання послідовно виконує кожен учасник);
- 3) спільно-взаємопов'язана (одночасна взаємодія кожного учасника з усіма іншими).

При здійсненні спільної діяльності взаємодія може відбуватися і з незнайомими людьми. Вона немовби пронизує спільну діяльність, передбачаючи, що в цьому процесі суб'єкти по чергово та взаємно змінюють соціально-психологічні стани, цінності та наміри один одного. Певний інтерес становить класифікація основних ознак і динамічних властивостей спільної діяльності, запропонована російським дослідником А. Журавльовим. Серед власне психологічних складових спільної діяльності найважливішою є спільна мета. До обов'язкових психологічних компонентів спільної діяльності належить спільна мотивація – те, що спонукає людей до досягнення спільної мети, а також спільні дії, спрямовані на реалізацію поточних і перспективних завдань спільної діяльності. Завершує психологічну структуру такої діяльності загальний результат.

Компонентами взаємодії як процесу є фізичний (спільний рух у просторі, спільні дії) і духовний контакти. Тобто організації спільної діяльності властиві такі основні складові, що характеризують взаємодію як процес: індивіди, які діють (актанти), спільні дії, інформаційні зв'язки, взаємовплив, взаємини, взаєморозуміння. Взаємодія у спільній діяльності реалізується у формі організації цієї діяльності, тобто спрямованих на загальний предмет праці спільних дій. Саме вони зумовлюють необхідність використання основних структурних складових діяльності (цілей, мотивів та ін.).

Потреба у взаємодії. Людина за своєю природою налаштована на

міжособистісну взаємодію, до якої її спонукають потреби в приєднанні, контролі та відкритості.

- Приєднання трактується як бажання бути залученим до товариства, виокремленим серед інших, перебувати в центрі взаємодії. Залежно від набутого в дитинстві досвіду приєднання доросла людина в ситуації взаємодії може демонструвати одну з таких моделей поведінки:
- субсоціальність. Людина уникає контактів, оскільки не здатна ризикувати, боїться бути ігнорованою. Уникнення може набувати різних форм: відмова від участі у соціальних контактах, формальна соціальна поведінка, імітація спілкування;
- над соціальність. Людина шукає товариства (оскільки не терпить самотності), використовуючи такі форми взаємодії, як нав'язування контакту, привернення до себе уваги, демонстрація своєї влади;
- соціальність. її характеризують здатність до контактів з іншими людьми, а також добре самопочуття поза товариством.

Контроль реалізується як намагання контролювати інших, бути чи не бути контрольованим. Навиків встановлення контролю також набувають у дитинстві, в дорослому віці він втілюється в одній із таких моделей поведінки людини:

- поведінка, що передбачає відмову. Індивід займає позицію підлеглого, яка захищає його і від влади, і від відповідальності;
- автократична поведінка. Індивід прагне влади, готовий за неї боротися. В основі такої поведінки — невпевненість у своїй компетентності, необхідність доводити собі й усім свою здатність бути відповідальним. З аналогічних причин нерідко відмовляються від влади;
- демократична поведінка. Особистість здатна приймати рішення, брати на себе відповідальність, нікому цього не доводячи.

Відкритість є потребою в налагодженні близьких емоційних стосунків з іншими людьми. Стратегії такої комунікативної поведінки дорослої людини

також залежать від набутого в дитинстві досвіду. Йдеться передусім про такі види стратегій:

- субперсональність. Спричинюють її боязнь не сподобатися, бути відторгненим. Уникаючи відкритості, людина підтримує поверхові стосунки з іншими, велика кількість контактів психологічно захищає її від надмірної, на її погляд, зближеності з будь-ким;
- над персональність. Найчастіше вона проявляється у намаганнях встановити близькі стосунки з якомога більшою кількістю людей, що повинно нейтралізувати її тривогу з приводу своєї відторгненості. Модель такої поведінки вибудовується на прагненні заслужити схвалення, привернути до себе увагу;
- персональність. Людина комфортно почуває себе як на рівні поверхового спілкування, так і в близьких стосунках.

Основною при цьому є проблема відчуття своєї здатності любити і викликати любов інших. Якщо індивід не впевнений у своїй здатності подобатися оточенню, його поведінка у сфері налагодження взаємодії буде екстремальною, проявляючись як повне уникання близькості або надвідкритість.

Потребу індивіда в налагодженні соціальних зв'язків виражає поняття “афіліація” (англ. to affiliate – приєднати, приєднуватися, встановлювати зв'язки). За певних обставин ця потреба особливо помітна. До встановлення контактів людину спонукають різні мотиви: утвердити своє “Я”, усвідомити своє місце в системі зв'язків, уникнути невпевненості у собі, знайти позитивну стимуляцію засобами цікавої взаємодії, досягти уваги і похвали від інших, отримати емоційну підтримку, сформувати ставлення до себе, обмінятися вміннями, знаннями, навичками і результатами діяльності, вплинути на іншого. Важливими для особистості є і пошук підтримки, розради, отримання полегшення, задоволення інтересів, і особливо — соціальне порівняння, редукція (відновлення) тривоги, пошук інформації.

Люди здебільшого контактують із тими, хто на вигляд менш схвильований, ніж вони. Це допомагає обнадійливіше бачити свої перспективи. У загрозованих, а також таких, що пригнічують особистість, ситуаціях, вони звертаються до тих, хто здатен їм поспівчувати, розрадити, підтримати чи просто вислухати. Подібною є їх поведінка і щодо пошуку інформації. Під тиском певних загроз вони шукають того, хто знає і може надати інформацію, необхідну для правильної оцінки небезпеки. У невизначених ситуаціях спілкування з іншими людьми, що потрапили в такі самі умови, дає змогу порівняти свою реакцію з їхньою і оцінити її доречність. Завдяки спілкуванню у товаристві індивід отримує змогу перевірити свій спосіб поведінки. Близькість інших людей сприяє зниженню тривожності, пом'якшує наслідки фізіологічного, психологічного стресу. Особливо позитивною для індивіда, який переживає стрес та схвильованість, є присутність близьких, знайомих людей. Самотність за важких обставин часто підштовхує до суїциду. Будучи одним із психогенних чинників, що впливають на емоційний стан людини, самотність свідчить про дефіцит спілкування і соціальних зв'язків.

Самотність – сукупність емоцій, що виникають у відповідь на дефіцит (кількісний і якісний) соціальних контактів; болісне, гостре переживання, яке виражає певну форму самосвідомості і свідчить про порушення системи відносин і зв'язків особистості із зовнішнім світом.

Поширена вона серед людей, позбавлених близьких стосунків, дружніх зв'язків. Це породжує гострі емоційні реакції, що часто провокують психологічний шок, який характеризується тривожністю, депресією, а також актуалізує потребу у взаємодії. Відсутність різноманітних взаємин може спричинити серйозні проблеми зі здоров'ям. Дослідження свідчать, що для виживання чоловікам дуже важливо бути у шлюбі, а жінкам — мати взаємини з друзями та родичами. Ті, хто має розвинуті соціальні контакти, користуються адекватною підтримкою свого оточення, довше живуть, ніж ті, хто їх позбавлений.

Форми поведінки особистості у міжособистісній взаємодії

Серед різноманітних поведінкових форм у міжособистісній взаємодії найбільшу увагу соціальних психологів привертають деструктивні форми взаємодії, конфліктна взаємодія, взаємодія на основі дружби і любові, альтруїстична поведінка у взаємодії.

Деструктивні форми взаємодії. Такі контакти ускладнюють або руйнують взаємини, згубно позначаються на партнерах. Ними є маніпулятивне спілкування, агресивна взаємодія, авторитарний стиль спілкування. Навіть мовчання може бути деструктивним, особливо якщо воно приховує важливу інформацію чи використовується як засіб покарання партнера. Деструктивну взаємодію можуть спричинити особистісні риси людини (хитрість, схильність до наклепів, упередженість, стереотип мислення, мстивість, цинізм та ін.). Така людина не обов'язково переслідує якісь особисті вигоди, а діє, піддаючись неусвідомлюваним мотивам самоствердження, суперництва тощо.

До феноменів, які підсилюють деструктивну взаємодію, належать агресія, упередження, обман, егоїзм. Агресія. Вона завдає фізичної, матеріальної чи моральної шкоди іншому, що супроводжується сильними емоційними переживаннями (гнів, досада, злорадство), експресивним оформленням (жести погрози, ворожість, нехтування, зневага).

Агресія (лат. *aggredi* – нападати) – індивідуальна чи групова форма деструктивних дій чи поведінки особистості, яка спрямована на використання сили, нанесення фізичної або психологічної шкоди людям і суперечить нормам існування у соціумі.

Готовність суб'єкта до агресивної поведінки розглядається як відносно стійка риса особистості – агресивність, неконтрольований вияв якої деструктивно впливає на взаємодію. Агресивність може реалізовуватись у різноманітних формах – мстивість, ворожість, хамство, заздрощі, образи, сварки, погрози, нищівна критика. Все це збентежує, посилює напруженість співрозмовника, активізує у нього різні способи психологічного захисту.

Навмисна агресія спричинює шкоду партнеру. Як правило, суб'єкт її заздалегідь усвідомлює наслідки свого вчинку, отримуючи потім задоволення від досягнення мети. Завдаючи болю, створюючи проблеми іншій особі, агресивна людина намагається підтримати свою високу самооцінку. Агресивна поведінка має ефект зараження. Якщо, наприклад, на зупинці транспорту у натовпі з'являється роздратована, обурена особа, у решти людей також підвищується тон розмови, з'являються погрозові нотки.

Фрустраційні теорії агресії (Д. Доллард, Л. Берковіц та ін.) розглядають агресію як наслідок фрустрації (лат. *frustratio* – обман) перешкоди цілеспрямованій дії людини. Теоретичне ядро цієї теорії вибудовується на таких положеннях:

- агресія є суттєвою, але не єдиною відповіддю індивіда на фрустрацію;
- регулюють агресивну поведінку культура, звичаї, виховання;
- агресивна енергія не виробляється автоматично як внутрішній процес, вона є наслідком події, що відбувалася в навколишньому середовищі, поразки в досягненні мети;
- агресія пов'язана з покаранням: в одних випадках воно може посилити, а в інших – послабити чи взагалі не вплинути на її прояв.

Досліджуючи причини цього феномену, Л. Берковіц обґрунтував поняття “відповідні умови середовища (сигнали), що викликають агресію”, яке є проміжним між поняттями “фрустрація” та “агресія”. Фрустрація, на його погляд, не завжди і не відразу спричинює агресію, вона пробуджує у людини стан емоційної активації (гнів), який готує агресивну поведінку. Ця поведінка проявляється лише в наповненій агресивними сигнальними стимулами ситуації. Отже, джерелами акту агресії є гнів індивіда та зовнішні сигнали.

Згідно з теорією соціального научіння (А. Бандура та ін.) агресії, як й інших форм поведінки, набувають у результаті індивідуального досвіду

взаємодії. Людина вдається до агресії не тільки тому, що це може бути корисним, вона переймає її як модель поведінки, спостерігаючи за іншими людьми. Зрозуміти і дослідити агресію можна, підійшовши до неї не з точки зору фрустраційних умов і покарань, а з погляду заохочувальних її наслідків. Агресивної поведінки можна навчитися шляхом моделювання, перебуваючи під впливом середовища. Це положення А. Бандура підтвердив таким експериментом: проглядаючи фільм, діти спостерігали агресивну і неагресивну поведінку дорослого щодо певних іграшок. Кожна модель поведінки мала два варіанти наслідків: покарання і винагородження. Різні групи дітей спостерігали одну з чотирьох моделей поведінки дорослого: агресію, що винагороджувалася; агресію, що каралася; неагресивну поведінку, яка винагороджувалася; неагресивну поведінку, що каралася.

На підставі аналізу результатів експерименту було зроблено такі висновки:

- діти, котрі спостерігали агресивну модель, були у своїх вчинках агресивніші, ніж їх однолітки, які спостерігали за протилежною моделлю поведінки дорослого;
- діти, котрі спостерігали агресію, що винагороджувалася, проявляли її частіше, ніж діти, які спостерігали агресію, що каралася;
- агресія дорослого, що каралася, відтворювалася дітьми в іграх з подібними іграшками.

Ці дослідження дали змогу з'ясувати причини соціальної агресії, що стало передумовою науково вивіреної профілактики цього явища, формування неагресивної моделі поведінки.

У міжособистісній взаємодії важливо врахувати чинники, що провокують соціальну агресію. Польові і лабораторні експерименти засвідчили зв'язок між переглядом телепередач, які показують агресивні дії і сцени насилля, з агресивною поведінкою. Зокрема, тестування індивідів віком 8, а потім 18 років виявило, що відносно висока агресивність

вісімнадцятилітніх індивідів співвідносилася з частим переглядом фільмів зі сценами насилля у восьмирічному віці. Серед інших чинників, які провокують агресивну поведінку, виокремлюють такі:

- норма відплати (вендети, кровні війни та ін.). У деяких культурах агресія, ворожість щодо іншого є нормою;
- ефект зброї. Якщо у людини є зброя, вона шукатиме можливостей її використати, тобто наявність зброї підвищує схильність до агресивної дії;
- страх покарання. Небезпека бути покараним знижує агресивність, проте на рецидивістів загроза покарання менше впливає;
- самоствердження. Вдаючись до агресивних вчинків, приниження іншого, людина стверджується сама.

Дослідники вважають, що мовчки стримувати агресію так само неефективно, як і зривати гнів на інших. Потрібно заохочувати і розвивати в собі кооперативність і неагресивну поведінку. Особистість стає менш агресивною, частіше вдається до неагресивних дій, якщо її агресивну поведінку ігнорувати.

Упередження. Зазвичай людина не усвідомлює чи не хоче усвідомлювати свого упередженого ставлення до партнера і розглядає його як наслідок об'єктивної оцінки конкретних фактів або вчинків.

Упередження – установка, що перешкоджає адекватному сприйманню повідомлення чи дії.

Нерідко упередження використовується індивідом для виправдання своїх дій стосовно іншого індивіда. Упереджена людина може свідомо засуджувати іншу чи негативно до неї ставитися. Упередження і дискримінація взаємопов'язані: дискримінація підтримує упереджене ставлення, а упередження схвалює дискримінацію. Соціальним джерелом упереджень є міжособистісна взаємодія. Наприклад, основою упереджень в управлінській взаємодії є думки керівників, що їх колеги, підлеглі безвідповідальніші й лінівіші, ніж ті є насправді. Упереджена установка сильніша в осіб з невисоким соціальним статусом або чие становище різко

погіршилося. Боротися з упередженнями важко, вони не піддаються простим засобам профілактики. З метою протидії їм психологи радять орієнтуватися на ситуації співробітництва, зрівняння статусу; пропагувати соціокультурні моделі міжстатевої і міжрасової гармонії та ін.

Обман, неправда, егоїзм є особистісними рисами людини, що породжують деструктивну взаємодію, і формами такої взаємодії. Вони зумовлюють поведінку індивіда, спрямовану на отримання особистісної вигоди за рахунок інтересів інших осіб. Обман. У взаємодії він проявляється як намагання приховати правду, переслідуючи корисні наміри.

Обман – свідоме намагання людини створити у партнера хибне, неправдиве, удаване уявлення про предмет обговорення.

Як і неправда, обман може бути еквівалентом омани, допускати і не допускати безпосередні перекручення істини. Психологи вважають, що обман, неправду не варто ототожнювати з брехнею з таких причин (В. Знаков):

брехня є комунікативним явищем, використовуваним для встановлення добрих взаємин із партнером;

– брехня є не стільки засобом навмисне перекрученого відображення дійсності, викривлення істини, скільки способом встановлення контакту з людиною;

– у брехні немає наміру обманути слухача, тобто вигадуючи, індивід не розраховує на те, що йому повірять;

– брехня не має на меті отримати вигоду, принизити співрозмовника, тобто вона відносно безкорисна;

– брехня приносить задоволення і насолоду від процесу придумування й інтерпретації вигадок;

– брехня може виконувати захисну функцію, позбавляючи людину тривоги і дискомфорту, а також функцію самозвеличення.

Психологічна природа брехні, тобто необхідність, можливість і намагання особи збрехати полягає не лише в соціальних причинах, що

спонукають індивіда удаватися до маніпуляції, а й у його особистісних особливостях.

Суттєвий раціональний сенс містить афоризм, що напівправа є небезпечнішою за обман, бо його легше розпізнати, ніж напівправду.

У міжособистісній взаємодії люди нерідко вдаються до ошукування з метою маніпулятивного впливу, намагаючись бути в центрі уваги. Обман та неправда образливі, рано чи пізно вони спричинюють руйнацію взаємин.

Егоїзм. Часто він є основою деструктивного спілкування. У міжособистісних взаєминах егоїстична людина висуває на передній план свої інтереси, мету взаємодії на шкоду інтересам співрозмовника.

Егоїзм (франц. egoïsme, від лат. ego – я) – ціннісна орієнтація суб'єкта, яка зумовлює домінування в його взаємодії з іншими особистих інтересів і потреб безвідносно до інтересів партнера по спілкуванню.

Егоїзм не є нейтрально індиферентною особистісною властивістю, він має наступальний, агресивний, мстивий і винахідливий характер. Егоїстичні люди не здатні до конструктивної взаємодії, оскільки наділені особистісними рисами, котрі перетворюють міжособистісні контакти на деструктивні відносини, що супроводжуються приниженнями, стражданнями, ускладненнями.

Руйнацію стосунків спричинюють такі характерологічні особливості егоїстів:

- нехтування обов'язком, нормами моралі і закону;
- виправдання обману, агресивних форм поведінки (помста, вбивство);
- приписування оточенню заздрості, егоїзму, цинізму, зрадливості, що робить неможливим використання у взаємодії з егоїстом тактики і стратегії співробітництва.

Конфлікт (лат. conflictus – зіткнення) – зіткнення значущих, конкуруючих, несумісних чи протилежних поглядів, потреб, інтересів і дій індивідів та їх груп.

На психологічному рівні суперечність проявляється в сильних негативних переживаннях учасників щодо ситуації, опонентів і себе. Конфлікт може спричинити зміну системи відносин і цінностей. У конфліктній ситуації люди по-іншому сприймають реальність, вдаються до невластивих їм дій. У конфлікт переростає не будь-яка суперечність, а така, в якій сходяться найсуттєвіші потреби, прагнення, інтереси, цілі людей, соціальний статус, престиж особистості.

Соціальна психологія зосереджується на таких аспектах, як усвідомлення конфлікту її учасниками; виокремлення соціально-психологічних складових, котрі зумовлюють внутрішню позицію конфлікту – сукупність мотивів, інтересів, цінностей, що спонукають індивіда, групу до участі в розв'язанні суперечностей; з'ясування причин і стадій формування суб'єктивного образу конфліктної ситуації та ін. Соціальна та індивідуальна значущість міжособистісного конфлікту може бути неспівмірною. За одних умов конфлікт виникає як результат відмінності базових цінностей, моральних якостей, особливостей світосприйняття індивідів, за інших – навіть через дріб'язкові причини. У міжособистісному конфлікті послаблюється здатність його учасників до саморегуляції, свідомого самоконтролю, знижується стійкість до стресів і фрустрації, не рідкісними є афективні дії. Бувають ситуації, коли саме конфлікти допомагають розв'язати злбоденні проблеми. Отже, конфлікти створюють напружені взаємини між людьми, переключають їхню увагу з безпосередніх проблем на “з'ясування стосунків”, важко позначаються на їх нервово-психічному стані. Водночас вони можуть мати і творчу силу, якщо їх подолання поліпшує взаємини, сприяє взаєморозумінню між людьми. Позитивна роль конфліктної взаємодії полягає у зростанні самосвідомості її учасників, особливо якщо конфлікт виникає з приводу соціально значущої мети. Часто конфлікт формує та утворює цінності, єднає однодумців, є запобіжним клапаном безпечного, конструктивного вивільнення емоцій. Тому до нього не слід ставитися

однозначно, а в процесі його аналізу враховувати як соціальну природу, так і психологічні наслідки.

Структура конфлікту. Її утворюють такі основні елементи:

- учасники конфлікту. їх ще називають опонентами (лат. *opponens* – той, що заперечує), суперниками, противниками. Представляють вони не менше двох сторін;
- позиція сторін. З'ясування її допомагає зрозуміти, чому сторони вступили в конфлікт. При цьому важливо знати їх внутрішні та зовнішні позиції;
- внутрішня позиція — сукупність мотивів, реальних інтересів, цінностей, що спонукають людину до участі в конфлікті. Зовнішня позиція – соціально та особистісно прийнятне, коректне мотивування, яке не соромно пред'явити протилежній стороні;
- конфліктна ситуація. її породжує суперечність, що спонукає сторони до конфліктної взаємодії. Конфліктна ситуація є основою проблеми. Суб'єктивний образ конфліктної ситуації містить уявлення про себе у конфлікті, опонентів, ситуацію, в межах якої розгортається конфліктна взаємодія. Людина не тільки реагує на ситуацію, вона визначає її для себе;
- інцидент. Йдеться про дію, спрямовану на ініціювання конфлікту. Він може існувати як у зовнішній формі (сварка), так і у внутрішній, психологічній (людина або усвідомлює існування конфлікту, або просто емоційно його переживає);
- об'єкт конфлікту. Ним є об'єктивна причина, через яку опоненти вступають у боротьбу;
- предмет конфлікту. Це внутрішня причина, наприклад особиста неприязнь опонентів;
- розвиток і розв'язання конфлікту. Йдеться про вироблення підходів (аналіз проблеми, пошук варіантів її розв'язання та ін.) до налагодження міжособистісної взаємодії, основою якої є стратегія “виграти — виграти”.

Оскільки в конфліктах беруть участь окремі особи, які представляють не власні інтереси, а інтереси групи, то опоненти, вступаючи в конфлікт, мають різну «вагу» і «силу», від яких залежить ймовірність перемоги.

Типологія конфліктів. Пізнання соціально-психологічної сутності міжособистісних конфліктів полегшує їх класифікація (типологія) за різноманітними ознаками. Єдиної загальноприйнятої класифікації конфліктів не існує, що зумовлено різноманітністю форм їх прояву, відмінностями характеру і перебігу, неоднаковими наслідками тощо. Найчастіше під час класифікації обирають найхарактернішу ознаку (табл. 6).

Конфлікти між двома учасниками (діадні конфлікти) є найпоширенішим типом міжособистісного ділового, емоційного конфлікту. Як його опоненти, постають дві особи, кожна з яких є суб'єктом – носієм певних цінностей, інтересів, думок. Діадний конфлікт, як правило, є емоційно запальним, напруженим, перебігає у відкритій формі. Він виникає переважно на основі особистих симпатій — антипатій. Однак емоційні стосунки людей у групі переплетені з діловими, кар'єрними та іншими інтересами. Конфлікти між особистістю і групою проявляються як суперечність між очікуваннями або вимогами особистості й сформованими в групі нормами поведінки.

Причини виникнення конфліктів. Серед універсальних причин виникнення конфліктів, пов'язаних із психологічними та соціально-психологічними особливостями учасників міжособистісної взаємодії, виокремлюють:

- ціннісні чинники. Йдеться про принципи, які людина проголошує чи відкидає, особистісні системи переконань, вірувань тощо;
- особливості відносин, пов'язані з наявністю (відсутністю) почуття задоволення від взаємодії. При цьому враховується основа, сутність відносин, баланс сили, значущість їх для себе й інших, тривалість, сумісність — несумісність сторін та ін.;

- поведінкові чинники. До них належать обмеження інтересів, невизнання самооцінки партнера, егоїзм, безвідповідальність, несправедливість, скептицизм, загострена увага на дрібницях, грубість, тиск тощо;
- особистісні властивості. В основі їх – незнання характерологічних, психологічних властивостей іншої особи;
- неправильне тлумачення думок, вчинків. Спричинює його дефіцит неформального спілкування, внаслідок чого виникає поверхове уявлення про співрозмовника;
- моральні чинники. Полягають у недотриманні загальноприйнятих моральних норм, переоцінці власних можливостей, недооцінці можливостей інших.

Динаміка конфлікту. Вона залежить від поведінки його опонентів. Оскільки люди неоднаково поведуться в конфлікті, то проблему, що стала предметом суперечностей, можна розв'язувати як у формі поради, прохання тощо, так і у формі корінної ломки взаємин. Кожна форма перебігу конфлікту пов'язана зі специфічними поведінкою й взаєминами людей. На стадії прихованої напруженості дуже важливо своєчасно усвідомити ситуацію як конфліктну. Йдеться про момент усвідомлення, що суперечність звичними методами не розв'язати. Таке усвідомлення передбачає відмову від усіх стратегій й форм поведінки, що не відповідають стану конфлікту, і залучення запасу стратегій поведінки, які сприяють розв'язанню проблеми. Під час відкритого конфлікту кожна зі сторін розцінює власні ресурси як значні і вважає, що має резерв їх посилення. Етап розв'язання міжособистісного конфлікту є найскладнішим для його учасників, вимагає вникнення в психологічну сутність суперечностей між конфліктуючими сторонами, не надаючи переваги жодному з опонентів. Вибір способів і методів подолання конфліктів залежить від об'єктивної ситуації, психічного стану конфліктуючих сторін, а також від спрямованості конфлікту. Аналізуючи спрямованість, роблять висновок, чи сприятиме конфлікт

глибшому розумінню проблеми, а отже і розвитку елементів кооперативної взаємодії всередині конфлікту, чи поглибить неузгодженість взаємодії.

Взаємодія на рівні дружби і любові. На перших етапах взаємодії, під час первинного контакту (на рівні сприймання), між людьми можуть виникнути специфічні емоційні відносини, котрі визначають привабливість одного індивіда для іншого. Ці відносини називають атракцією.

Атракція (лат. *attractio* – притягування, привернення) – виникнення при сприйманні індивіда індивідом взаємної привабливості, розуміння і прийняття один одного у взаємодії, коли не тільки узгоджуються дії, а й встановлюються позитивні взаємини.

Атракція може вбирати в себе широку гаму почуттів, розгортаючись від простої симпатії до любові. Властиві їй близькість, прихильність виявляються як особлива установка на іншу особу, почуття дружби і любові.

Дружба. Дружня взаємодія вважається найвищим рівнем кооперації індивідів.

Дружба – особлива форма міжособистісної взаємодії, яка характеризується індивідуально-вибірковими стосунками, взаємною прихильністю учасників спілкування, посиленням процесів афіліації, високим рівнем задоволеності міжособистісними контактами, взаємними очікуваннями позитивних почуттів.

Суттєвим чинником дружби є безпечне спілкування з іншим на інтимній дистанції, щирість у стосунках, відкритість почуттів, взаємний інтерес до справ іншого, активна взаємодопомога, максимальна відвертість, демонстрація взаєморозуміння, задоволення від взаємин. Психологи небезпідставно стверджують, що фізична присутність іншої людини поруч збільшує вірогідність виникнення дружби. Йдеться про фізичне оточення, взаємну досяжність, просторову близькість, які відіграють значну роль у формуванні дружніх взаємин. Просторова близькість спричиняє взаємне притягання з багатьох причин. Регулярно перебуваючи в товаристві конкретної особи, є більше змоги дізнатися про неї, з'ясувати наявність

спільних інтересів, поглядів на життя і світ. Усе це сприяє як взаємній близькості, так і зниженню атракції, оскільки у процесі регулярних контактів проявляються і неприємні риси людей.

Дружні стосунки відрізняються від фрагментарних контактів тим, що індивід намагається бути представленим у життєдіяльності інших значущими для себе і для них особливостями своєї індивідуальності. А поверхові взаємини використовують комунікативні засоби взаємодії лише для підтримання процесу спілкування як такого. Для підлітків дружба є своєрідним етапом становлення міжособистісних відносин. Дружня взаємодія старшокласників відбувається навколо обговорення проблем, пов'язаних з вибором професії. Значно інтенсивнішими і значущішими стають дружні взаємини у студентському віці. Частота зустрічей, обсяг спільно проведеного часу досягають свого піку на третьому курсі. Далі інтенсивність дружніх контактів знижується, особливо серед одружених студентів.

Не менш важливим свідченням дружби двох людей є їх близькість. Проте близькість може породжувати і ворожість, особливо за серйозних порушень “кодексу” дружби. Наслідком цього є перехід поверхових приятельських взаємин, поступове згасання і навіть припинення дружби, її міцність залежить від того, наскільки близькими є цілі, інтереси, ідеали, наміри, установки. До визначальних характеристик дружби зараховують і наявність певних норм і правил. Йдеться про добровільну допомогу, повагу до особистого життя друга, збереження конфіденційності, захист інтересів друга, заборону критикувати один одного у присутності інших людей. Близькість сприяє приязні, оскільки існує так званий ефект простого перебування в полі зору іншої людини. Подібність живить атракцію і дружбу, задовольняє потребу особистості у приєднанні. Подібність і близькість дають змогу людям обмінюватися знаками уваги, виявляти довірливість, розкривати себе такими, якими вони є насправді, не приховуючи своїх вразливих рис. Залежність атракції від подібності

установок зумовлює розбіжність ролей, котрі одна і та сама установка відіграє для двох різних людей: чим сильніша розбіжність, тим меншою є атракція; чим важливіша установка для особи, тим більшу атракцію викликає її збіг з установкою іншого. Проте навіть за сприятливих зовнішніх обставин і високого ступеня подібності установок дружба між двома індивідами може і не виникнути, оскільки важливою умовою стійких стосунків є взаємна привабливість (згідно з теорією соціального обміну). Людина, знаючи, що комусь подобається, починає краще ставитися до тієї особи. Взаємна привабливість є передумовою добровільної взаємозалежності, що сприяє зміцненню дружби.

Дружба певною мірою залежить і від тендерних особливостей індивідів. Наприклад, потреба в інтимності у дівчаток формується скоріше, ніж у хлопчиків, тому вони раніше переходять від дитячої до юнацької дружби. Мають свої відмінності чоловіча і жіноча дружба й на стадії зрілості. Для жінок другом (подругою) є той (та), з ким вони можуть вести довірливі розмови про почуття, проблеми сімейного життя аж до інтимних подробиць. Чоловіки шукають собі друзів із подібними інтересами. При цьому актуалізується значення спільної діяльності. Привабливість дівчат є суттєвою передумовою успіху у протилежної статі, а для чоловіків цей чинник менше значущий. Крім того, привабливість, якою б важливою вона не була, не завжди здатна у взаємодії приховати інші людські якості. Тому передусім вона впливає на перше враження. З пізнанням людини фізична привабливість відіграє все меншу роль, поступаючись значущістю внутрішнім якостям цієї людини. До того ж привабливі люди, як свідчать дослідження, частіше страждають від сексуальних домагань, неприязні представників своєї статі, не завжди впевнені в тому, що їх цінують не за красу, а за внутрішні якості.

У цьому контексті певний інтерес становить поки що не підтверджена експериментально гіпотеза взаємного доповнення, яка доводить існування тенденції виникнення дружніх взаємин між індивідами, які своїми рисами доповнюють один одного. Хоч неспростовним є і те, що люди схильні

дружити і заводити сім'ї з тими, чії потреби та особисті якості подібні до їхніх.

Любов. Найбільшої інтимності міжособистісна взаємодія набуває у любові.

Любов – високий ступінь емоційно-позитивного ставлення до іншої людини, стан сильного потягу до єднання з нею.

Закохана людина виявляє стійкі почуття (за психологічною природою вони суттєво відрізняються від дружніх почуттів), які фізіологічно, емоційно і морально засвідчують її бажання всіма своїми особистісно-значущими рисами бути представленою в життєдіяльності іншого, спонукати його до відповідних реакцій і потреб. Любов, кохання як глибоко інтимні почуття супроводжуються емоціями ніжності, захоплення, ревності, які кожен індивід залежно від індивідуально-психологічних особливостей переживає по-своєму. Психологи по-різному трактують структурні складові феномену кохання. Одні розглядають його як трикутник, сторонами якого є відданість, пристрасть, інтимність, інші – як прив'язаність, турботу, інтимність. Усі вони стверджують, що взаєморозуміння, взаємопідтримка, задоволення від взаємного спілкування характеризують закохані пари. Справжнє кохання постає як бажання пізнати іншого, вияв взаємної поваги і турботи про іншого, відповідальність за наслідки кохання, забезпечення особистісного росту і розвитку обох партнерів, можливість виявляти свободу, право на незалежність у власних інтересах, щирість у взаєминах, здатність уявити себе на місці іншого, прагнення зробити партнера щасливим, здатність радіти від того, що тебе кохають, страждати разом із партнером. Порушення цієї гармонії спричиняють непорозуміння, конфлікти, навіть розрив.

На початку любовні стосунки виявляються як любов-пристрасть, тобто як велике бажання єдності з іншою людиною, що супроводжується сильним збудженням і коливанням настрою від радості і щастя до горя і відчаю. Пристрасне кохання пов'язане з ідеалізацією партнера, намаганням якнайскоріше його пізнати. Ідеалізація при цьому є не слабкістю, а силою закоханого, адже він сприймає іншого не помилково, а просто інакше. Вона

сприяє баченню таких проявів людської душі, які за звичних обставин неможливо помітити. Особливості вияву любові-пристрасті залежать від індивідуально-психологічних якостей людини. Однак яким би гарячим й емоційно-збудливим не було пристрасне кохання, воно згодом згасає. Тоді набувають значущості інші чинники любові: спільні цінності, спільна діяльність, інтереси, звички, на основі яких виникають нові справжні почуття на багато років. Так поступово любов-пристрасть переростає в любов-дружбу, що характеризується ніжністю до людини, з якою пов'язана доля.

Сексуальні потреби індивіда і любов як високе почуття, що створює закоханим оптимальні можливості максимально і вільно виявляти себе, нероздільні. Це стало однією з причин того, що різні філософські і психологічні напрями або абсолютизували біологічне начало в коханні, зводячи любов до статевого інстинкту, або трактували любов лише як духовне почуття. Насправді повноцінна здатність кохати передбачає гармонію природних і духовних потреб людини, а результатом любові може бути і продовження роду, і розвиток інтелектуальних, творчих можливостей закоханих. Енергія кохання має сприяти спрямованості інтересів та активності індивідів на особистісне зростання, спільну творчу діяльність, продовження себе в нащадках. Нормальний розвиток кохання реалізується і як дії, зорієнтовані на іншу людину з метою злитися з нею в сексуально-емоційній єдності, і як високі емоційні переживання, що реалізуються у людській взаємодії. Кохання – складний процес, який охоплює потребу кохати, бути коханим, здатність відповісти коханням на кохання.

Індивідуальне почуття любові пов'язане з культурою, традиціями, нормами суспільства, особливостями сімейного виховання, які є джерелом інтерпретації індивідом свого стану. Певну роль відіграють і соціальне походження партнера, його матеріальний стан, професійний статус тощо. Наприклад, в окремих культурах любов не обов'язково приводить до шлюбу, оскільки шлюбних партнерів визначають ще в дитинстві. В одних культурах

любов є умовою шлюбу, в інших – кохання виникає після оформлення шлюбних взаємин.

Протилежним до почуттів дружби та любові є розлучення, яке має серйозні негативні наслідки. Встановлено, що фізичний і духовний стан розлучених значно гірший, ніж одружених. Гірший він навіть у тих людей, котрі втратили одного партнера чи не перебували у шлюбі взагалі. Розлучення переживається тим сильніше і болісніше, чим тривалішим був зв'язок. Життєві спостереження підтверджують думку психологів, що подружні взаємини можна зберегти, якщо проблема не надто серйозна і складна, дотримуючись при цьому певних правил чи вдаючись навіть до психологічного тренінгу. Ці правила зводяться до необхідності утримуватися від різких випадів у бік партнера, викладати свої думки і почуття в необразливій формі, рідше критикувати, частіше погоджуватися, утримуватися від вираження незадоволення, дбати, щоб позитивні взаємодії превалювали над негативними.

Альтруїстична поведінка у взаємодії. Альтруїзм особистості набуває смислу тільки в соціальній діяльності, оскільки лише широкий соціальний контекст забезпечує його правильну інтерпретацію.

Альтруїзм (лат. alter – інший) – надання допомоги, не пов'язане свідомо із власними егоїстичними інтересами; вчинки, спрямовані на благо іншої людини; допомога іншому, що здійснюється без винагороди, без свідків, ціною можливих власних втрат.

Чистий (справжній, автентичний) альтруїзм не має свідків, не пов'язаний з винагородами, вдячністю. Великі гуманістичні вчення, класична література проповідують його як найвищу цінність людства, взірець. Але іноді альтруїстична поведінка виявляється лише на публіці, а вчинки зумовлені особистою вигодою.

Справжню природу альтруїзму неможливо з'ясувати без знання її мотивів. Теорія соціального обміну, яка стверджує, що взаємодія людей є своєрідними угодами, призначеними збільшити винагороди і зменшити

витрати, тлумачить альтруїзм як взаємодію, спрямовану “соціальною економікою”. Йдеться про те, що людина у процесі взаємодії обмінюється не лише товарами, грошима, іншими благами, а й любов'ю, статусом, інформацією та ін. При цьому відбувається зменшення витрат і збільшення винагород. Однак це не означає, що людина розраховує на винагороду — аналіз витрат і винагород (чи зменшиться почуття провини, чи збільшиться повага, чи буде почуття задоволення від того, що комусь допоміг та ін.) і бажання досягти максимально позитивного результату зумовлюють альтруїстичні вчинки. Такі мотиви, як моральні зобов'язання, емпатія (співчуття), бажання аналогічно віддячити за послугу, підвищення самооцінки, прагнення до визнання люди вважають альтруїстичними. Готовність допомогти зростає за гарного настрою (відсутність небезпеки), викликаного успіхами, добрими, радісними спогадами; поганий настрій (наявність небезпеки), за якого людина зосереджена на собі, пригнічує альтруїзм. Найчастіше надають допомогу іншим люди емоційні, а також здатні до самостійного життєвого вибору. Можливі також ситуації, в яких людина автоматично або з примусу чинить альтруїстично. До альтруїзму спонукає і “тріхопадіння”, яке породжує почуття провини. Перепонами альтруїстичної поведінки є дефіцит часу (людина, котра поспішає, менш за все схильна надати допомогу), стрес, небезпека, матеріальні витрати, некомпетентність.

У близьких взаєминах особливо значущими стають солідарність, міжособистісна гармонія, згуртованість, справедливий розподіл винагороди. Наріжним каменем поверхових взаємин є розподіл винагороди відповідно з вкладом кожного у виконане завдання. У процесі обміну між незнайомими або відносно знайомими людьми домінують егоїстичні мотиви, пов'язані з досягненням максимальної винагороди. Цілком протилежна за своєю суттю така операція між близькими людьми (друзями), оскільки під час її здійснення не менше, ніж свої, враховуються інтереси протилежної сторони.

Якщо близька людина перебуває у скрутному становищі, готовність допомогти їй зростає. Такий вид альтруїзму ґрунтується на співчутті.

Альтруїстичні дії пов'язані із соціальними нормами, які диктують відповідні їм поведінку, життєві зобов'язання. Доведено, що альтруїзм мотивують норми взаємності, справедливості, соціальної відповідальності. Норма взаємності є моральним кодом і передбачає, що люди швидше за все допоможуть, а не нашкодять тим, хто їм допоміг. Норма справедливості є критерієм перевірки блага чи його дефіциту, відсутності. Йдеться про те, що людині властива віра у справедливе існування, в те, що кожен отримує по заслугі. Вона особливо співчуває тим, чия доля видається їй несправедливо тяжкою, що є мотивом альтруїстичних вчинків стосовно них. Послаблюють альтруїстичний вчинок безвідповідальна поведінка, зовнішній вигляд жертви, гіпертрофоване розуміння внутрігрупової солідарності та ін. Норма соціальної відповідальності передбачає, що люди повинні надавати допомогу іншим, не розраховуючи на винагороду чи вигоду.

За екстремальних умов готовність допомогти вища там, де свідок небезпеки один. Процес надання допомоги гальмують такі причини:

- розмивання відповідальності. Якщо свідком складної ситуації є одна особа, вона відчуває, що саме їй потрібно втрутитися, за наявності багатьох свідків почуття відповідальності розподіляється між всіма;
- суспільна оцінка. Кожен із свідків зволікає, оскільки намагається з'ясувати, що відбувається, як розгортатимуться події далі, тому всі вони подають один одному приклади пасивної поведінки. Отже, процес соціального порівняння спричинює помилкове тлумачення ситуації, згідно з яким проблематична подія трактується як цілком безпечна;
- боязнь оцінки. Присутність інших людей викликає почуття невпевненості, адже вони стануть свідками того, що відбуватиметься.

Якщо ж свідок упевнений у своїх силах і компетентності, то присутність інших може стимулювати його бажання допомогти.

Еволюційна психологія виокремлює два типи альтруїзму — захист роду, відданість йому і взаємна вигода. Представники її вважають, що людей потрібно вчити альтруїзму, оскільки гени егоїстичних індивідів виживають з більшою вірогідністю, ніж гени тих, хто собою жертвує.

Вважається, що альтруїзм може передаватися дітям як частина сімейного сценарію, звична модель поведінки через наслідування і через телевізійні просоціальні моделі впливу. Ефективнішим є навчання альтруїзму без залучення засобів зовнішньої стимуляції: заохочення і покарання, адже такі вчинки не підлягають матеріальному вимірам, їх здійснюють за велінням серця, совісті, честі. Знання умов, які сприяють альтруїстичній поведінці, причин, що гальмують вияви альтруїзму, допомагають людям стати уважнішими до оточення.

Взаємодія і міжособистісний вплив

Вплив однієї особи на іншу в процесі міжособистісної взаємодії є невід'ємним елементом будь-яких форм спілкування. Загальна характеристика міжособистісного впливу. Кожна людина стає об'єктом впливу багатьох людей, впливаючи і на них. При цьому кожен намагається протистояти чужому впливу. Процес міжособистісного впливу залежить від індивідуальних, психологічних можливостей тих, хто впливає, і тих, хто стає об'єктом впливу.

Міжособистісний вплив – процес і результат зміни одним індивідом поведінки, установок, намірів, уявлень, оцінок іншого індивіда.

Вплив може бути спрямованим (суб'єкт ставить перед собою завдання досягти певного результату від об'єкта впливу, що проявляється у переконанні і навіюванні) і неспрямованим (вплив не переслідує конкретної мети, ефект його виникає у результаті дії зараження та наслідування). У спілкуванні виявляються прямий (суб'єкт відкрито пред'являє об'єкту впливу свої претензії і вимоги) та опосередкований, непрямий (вплив спрямований не на об'єкт, а на навколишнє середовище) впливи. Розрізняють також навмисний (наявність мети) і ненавмисний (наявність причини) впливи.

Процес міжособистісного психологічного впливу охоплює стратегію, тактику, засоби, форми, систему аргументації і критерії його ефективності.

Соціальна психологія зосереджується на таких стратегіях впливу:

- імперативна. Відповідає “об’єктній” парадигмі в психології, згідно з якою психіка і людина загалом розглядаються як пасивний об’єкт впливу зовнішніх умов, їх продукт;
- маніпулятивна. Відповідає “суб’єктній” парадигмі, заснованій на твердженні про активність й індивідуальну вибірковість психічного відображення зовнішніх впливів, де суб’єкт здійснює перетворювальний вплив на психологічну інформацію, що надходить ззовні;
- розвивальна. Заснована на “суб’єкт-суб’єктній”, “діалогічній” парадигмі, згідно з якою психіка розглядається як відкрита, наділена зовнішніми і внутрішніми контурами регулювання система.

Ці стратегії враховують усю гаму взаємин, що виявляються у процесі міжособистісної взаємодії.

Тактики впливу реалізуються у контексті передбачення і управління поведінкою людей, котрі перебувають у ситуації міжособистісної взаємодії. Їх вибір залежить від індивідуальних особливостей індивідів. Наприклад, ефективність більшості тактик впливу на підлеглих відрізняється від їх ефективності впливу на керівників. Серед засобів впливу виокремлюють вербальні і невербальні; серед форм впливу — мовні (письмові й усні) та наочні.

Система аргументації передбачає як абстрактні докази, так і конкретні знання, (наприклад цифрова, фактологічна інформація, яка легше сприймається, запам’ятовується і зіставляється). Критерії ефективності впливу поділяють на стратегічні (перспективні) й тактичні (проміжні).

Види міжособистісного впливу. Міжособистісний вплив виявляється як психологічний вплив, особистий вплив, функціонально-рольовий вплив, індивідуально-специфічний вплив, комунікативний вплив та ін.

Психологічний вплив. Здійснюється він на усвідомленому і неусвідомленому рівнях психіки.

Психологічний вплив – застосування у міжособистісній взаємодії винятково психологічних засобів з метою впливу на стан, думки, почуття, дії іншої людини.

За змістом психологічний вплив буває педагогічним, управлінським, ідеологічним та ін. Суб'єктом його є індивід в ролі організатора, виконавця (комунікатора) або дослідника процесу свого впливу. Він вивчає об'єкт і ситуацію впливу, обирає стратегію, тактику і засоби, враховує сигнали про успішність – неуспішність впливу, що надходять від об'єкта, організовує протидію об'єкту тощо. Об'єкт, будучи активним елементом системи впливу, осмислює інформацію, що надходить до нього, може не погоджуватися із суб'єктом, здійснювати контрвплив на комунікатора.

Різновидом психологічного впливу є психологічно конструктивний вплив, який має бути психологічно коректним, задовольняти потреби обох сторін, зберігати цілісними особистості, взаємини індивідів, котрі беруть у ньому участь. Таким критеріям повинно відповідати і психологічно конструктивне протистояння. Особистий вплив. Найвищою його метою і головним результатом є зміни у свідомості й душі іншої людини, а не вигідні для суб'єкта впливу зміни в діях.

Особистий вплив – властивість, особистісна якість, сутнісна сила людини, які виявляються у здатності впливати на іншу особу спонукальним, стримуючим, заспокійливим або іншим розвивальним способом, змінюючи не тільки її поведінку, а й погляди, мотиви, свідомість, характер.

Розвивальний аспект впливу відмежовує особистий вплив від тиску, маніпуляції. Особливість особистого впливу більше пов'язана із внутрішньою сутністю людини, а не з соціальною роллю. Він виявляється тоді, коли

Йдеться про вищі чи духовні потреби (потреба в самоактуалізації і мотивація росту, в служінні іншим людям і мотивація допомоги тощо). Особистий вплив як акт творчості здійснюється лише тоді, коли обидва суб'єкти взаємодії хочуть спілкуватися, коли одна людина передає іншій відкрито, ненасильницьки щось своє, особисте (знання, життєвий досвід), а інша — щиро прагне це перейняти, а не здобути силою чи хитрістю. Взаємодія між людьми на такому рівні не може відбуватися в атмосфері агресивності, суєти, коли свідомість зайнята тільки особистісними потребами. Вимагає у взаєминах хоча б мінімальної довіри, саморозкриття, поблажливості до позиції партнера.

Функціонально-рольовий вплив. Люди у процесі міжособистісного спілкування орієнтуються передусім на відповідність своїх та чужих дій і вчинків нормам і правилам, регламентованим рольовою розстановкою сил.

Функціонально-рольовий вплив — вид міжособистісного впливу, характер, спрямованість та інтенсивність якого зумовлюються не особистісними властивостями партнерів, а їх рольовими позиціями.

Яскраво вираженою формою такого впливу є авторитет влади, не підкріплений справжнім особистісним авторитетом її носія. Індивідуально-специфічний вплив. Особистість стає об'єктом наслідування, навмисно чи ненавмисно пропонуючи іншим взірці своєї активності та індивідуальності. У такий спосіб індивідуально-специфічний вплив немовби продовжує цю особистість в інших людях.

Індивідуально-специфічний вплив – трансляція індивідом іншим людям своїх особистісних рис у формі взірців особистісної активності.

Систематичний індивідуально-специфічний вплив поступово змінює поведінку і мотиваційну сферу інших людей, що простежується у зміні їхньої діяльності на момент актуалізації в їх свідомості суб'єкта впливу.

Комунікативний вплив. Безпосередній процес взаємодії, під час якого відбувається обмін інформацією, пов'язують із комунікативним впливом.

Комунікативний вплив – внутрішня комунікативна установка комунікатора стосовно себе і реципієнта, вербальні і невербальні особливості повідомлення, характеристики комунікативного простору спілкування, складові соціально-психологічного середовища.

Психологічна установка комунікатора має суттєві відмінності за авторитарної та діалогічної комунікації, визнаючи стиль його комунікативного впливу:

– за авторитарного впливу – установка «зверху вниз». Вона передбачає сприймання комунікатором реципієнта як пасивного об'єкта впливу, підкорення його, вплив на нього без зміни автора повідомлення, захист від зворотного зв'язку, намагання зробити вплив одностороннім. Та взаємовплив неминучий, а те, що комунікатор його не відстежує, може мати непередбачувані наслідки для нього. За авторитарної комунікації текст, який зумовлює позицію реципієнта, знеосібнений, загальний, однобічний, не враховує особливостей слухача, супроводжується невиразною мімікою та жестами, приховує почуття комунікатора. Це означає, що не текст повідомлення орієнтується на реципієнта, а реципієнт стає залежним від його змісту та форми подання. Щодо організації комунікативного простору, то авторитарний вплив вибудовується за принципом монофонії (одна думка — один голос), характеризується позицією “над реципієнтом”, “над аудиторією” (всі учасники комунікативного процесу бачать тільки комунікатора);

– за діалогічного впливу — рівноправна установка. У такому разі слухач сприймається активним учасником комунікативного процесу, наділеним правом на власну думку при обговоренні проблеми.

Комунікатор, усвідомлюючи, що вплив завжди є взаємним, внутрішньо відкритий до змін. Діалогічний вплив передбачає поліфонію (один просторовий рівень), організацію простору за принципом: усі учасники комунікації бачать і автора інформації, і один одного.

Обидва комунікативні процеси мають свої можливості і обмеження. Так, авторитарний вплив, будучи наділеним швидким і сильним, але нетривалим ефектом, може бути незамінним в екстремальних умовах, а також у ситуаціях, що передбачають зовнішнє підкорення думці комунікатора. Монологічна комунікація більш ефективна для трансляції готових знань, аксіоматичних повідомлень (норми, правила, загальні вимоги, певні рекомендації тощо). Його ефективність полягає в умінні чітко визначити мету повідомлення і відповідно організувати текст, власну поведінку. Якщо монолог є мистецтвом подання свого наміру, то діалог – мистецтвом саморозкриття.

Діалогічний вплив, ефект якого триваліший і психологічно глибший, рідше використовується в оперативних, тактичних цілях. Оскільки він вимагає багато часу, то частіше застосовується у виховній роботі, у процесі формування громадської думки та ін. Загалом діалогічна форма впливу придатніша для трансляції складної за змістом інформації. Для неї потрібна цілісна ситуація взаємодії. Сила діалогічного впливу закладена у принципах діалогу, якими є відкритість, готовність партнерів до розкриття своїх почуттів, гнучкість, демонстрація своєї компетентності, вміння переконливо викладати думки, здатність приймати зустрічний вплив та ін.

Види психологічного впливу. До видів психологічного впливу передусім належать переконання, зараження, навіювання, наслідування.

Переконання. Як спосіб психологічного впливу, переконання спрямоване на зняття своєрідних фільтрів на шляху інформації до свідомості і почуттів людини. Його використовують для перетворення інформації, котра повідомляється, на систему установок і принципів індивіда.

Переконання – метод свідомого та організованого впливу на психіку індивіда через звернення до його критичного судження. Реалізуючись у процесі комунікативної взаємодії, переконання забезпечує сприйняття і включення нових відомостей у систему поглядів людини. Ґрунтується воно на свідомому ставленні індивіда до інформації, на її аналізі

й оцінці. Ефективність переконання залежить від багатьох чинників, особливо від майстерності його суб'єкта. Одна з передумов її — свідоме ставлення реципієнта до процесу формування переконань. У цьому процесі задіяні водночас і елементи неусвідомленого. Найсприятливішими умовами для переконання є дискусія, групова полеміка, суперечка, оскільки сформована під час їх перебігу думка набагато глибша, ніж та, що виникла за пасивного сприймання інформації. Отже, переконання, впливаючи на розум і почуття людини, є способом психологічного впливу однієї людини на іншу або групу людей, що діє на раціональне та емоційне начало, формуючи при цьому нові погляди, взаємини.

З огляду на ставлення реципієнта до інформації, що використовується з метою психологічного впливу, розрізняють прямий і непрямий (опосередкований) спосіб переконання. Передумовою прямого способу переконання є зацікавленість реципієнта в інформації, зосередженість його уваги на логічних, правдивих, очевидних аргументах. За непрямого способу переконання реципієнт стає підвладним випадковим чинникам, наприклад привабливості комунікатора. Більш аналітичний, стійкий і менш поверховий прямий спосіб переконання. Ефективнішим є його вплив на установки і поведінку індивіда. Сила і глибина його залежать і від переконуючої комунікації – сукупності заходів, спрямованих на підвищення ефективності мовного впливу. На її основі здійснюють прикладні дослідження особливостей комунікативного впливу, розробляють експериментальну риторіку, аналізують основні та допоміжні елементи переконання, складові переконуючого комунікативного впливу. На думку американського журналіста Г. Лассуела, модель комунікативного процесу охоплює п'ять елементів:

- 1) хто передає повідомлення (комунікатор);
- 2) що передається (повідомлення, текст);
- 3) як здійснюється передавання (канал);
- 4) кому спрямоване повідомлення (аудиторія);
- 5) з яким результатом здійснено повідомлення (ефективність впливу).

Компетентному, надійному, привабливому, здатному переконливо доводити свою правоту комунікатору довіряють і як ефективному експерту. Значущими щодо комунікативного впливу є такі його якості, як комунікабельність (міра прагнення особистості до спілкування), контактність (оволодіння способами спілкування) тощо. У процесі взаємодії комунікатор, як правило, займає відкриту, закриту або відсторонену позиції. У відкритій позиції він відверто викладає свою точку зору, оцінює факти, що її підтверджують. Закрита позиція зобов'язує його приховувати свої думки, навіть використовувати для цього певні прийоми. Підкреслено нейтральна поведінка, безпристрасне зіставлення протилежних поглядів свідчать про відсторонену позицію комунікатора.

Важливим чинником впливу на сприймання інформації є взаємодія інформації та установок аудиторії.

Як специфічний вид психологічного впливу, переконуючий вплив відрізняється ситуацією, що детермінує його необхідність, психологічним станом партнерів у процесі комунікації. Йдеться про усвідомленість ними акту впливу, можливість критичного оцінювання епізодів спілкування, комунікативну автономність при виборі реципієнтом остаточного рішення, про моральний аспект змісту і цілей впливу. Переконуючий вплив одночасно є психологічним феноменом (з огляду на структуру, функції) і комунікативним процесом (динаміка, умови, чинники, закономірності, механізми його вияву). Як психологічний феномен, переконуючий вплив — це системне утворення, що має власну структуру. Завдання його полягає в регуляції поведінки реципієнта з подальшою саморегуляцією його діяльності. Переконуючий вплив як комунікативний процес реалізується у вигляді взаємовпливу партнерів у діалогічній комунікації. Оскільки кожен із них переслідує свої цілі у переконуючому впливі, то з огляду на мету взаємодії партнери перебувають в асиметричному становищі, але за участю в комунікації вони рівні.

Ефективність переконуючого комунікативного впливу залежить від зацікавленості партнерів один одним: реципієнт повинен бути готовим до сприймання і прийняття інформації, а комунікатор – зацікавленим у тому, на кого спрямований вплив. Крім того, зміст і форма переконання повинні відповідати віковим, а переконуюча комунікація – індивідуальним особливостям людини. Переконання має бути логічним, послідовним, доказовим, аргументованим. Переконуючи інших, комунікатору слід вірити в те, що він говорить, використовувати як загально-теоретичні відомості, так і конкретні факти, приклади.

Якщо людина не готова до того, щоб її переконували, то не допоможуть ні логіка, ні привабливість комунікатора, ні його аргументи. Ефект впливу неможливий за зверхнього або поблажливого ставлення комунікатора до аудиторії.

Зараження. Цей найдавніший спосіб інтеграції групової діяльності виникає за значного скупчення людей – на стадіонах, у концертних залах, на карнавалах, мітингах тощо. Однією з його ознак є стихійність.

Зараження – психологічний вплив на особистість у процесі спілкування і взаємодії, який передає певні настрої, спонуки не через свідомість та інтелект, а через емоційну сферу.

Під час психічного зараження передається емоційний стан від однієї особи до іншої на несвідомому рівні. Сфера свідомості за таких умов різко звужується, майже зникає критичність до подій, інформації, що надходить з різних джерел. Психологія тлумачить зараження як неусвідомлювану, мимовільну схильність людини до певних психічних станів. Соціальна психологія розглядає його як процес передавання емоційного стану одного індивіда іншому на рівні психічного контакту.

Навіювання, або сугестія (лат. suggestio – навіювання) – процес впливу на психічну сферу людини, пов'язаний з істотним зниженням її критичності до інформації, що надходить, відсутністю прагнення перевірити її достовірність, необмеженою довірою до її джерел.

Основою ефективності навіювання є довіра. Джерелом навіювання можуть бути знайомі і незнайомі люди, засоби масової інформації, реклама та ін. Навіювання спрямоване не до логіки індивіда, його здатності мислити, аналізувати, оцінювати, а до його готовності сприйняти розпорядження, наказ, пораду і відповідно до них діяти. При цьому велике значення мають індивідуальні особливості людини, на котру спрямований вплив: здатність критично мислити, самостійно приймати рішення, твердість переконань, стать, вік, емоційний стан тощо. Неабияким чинником, що зумовлює ефективність навіювання, є авторитет, уміння і навички, статус, вольові якості сугестора (джерела впливу), його впевнені манери, категоричний тон, виразна інтонація. Ефективність залежить і від стосунків між сугестором і сугерендом (об'єкт навіювання). Йдеться про довіру, авторитетність, залежність тощо. Показником ефекту навіювання є і спосіб конструювання повідомлення (рівень аргументованості, поєднання логічних та емоційних компонентів).

Соціальна психологія розглядає навіювання як стихійний компонент повсякденного спілкування і як спеціально організований різновид комунікативного впливу, що використовується в засобах масової комунікації, моді, рекламі та ін. Сугестію вона пов'язує з довірою до інформації комунікатора, з покорою людини зовнішнім обставинам, її залежністю від примусової сили колективних дій та уявлень, збереженням звичаїв тощо. Контрсугестія ґрунтується на недовірі до інформації, непокорі до існуючого стану речей, на прагненні особистості до незалежності. Вона є знаряддям здійснення змін у суспільстві. Єдність дії механізмів сугестії і контрсугестії дослідники вважають необхідним у розвитку людини.

За змістом і результатом впливу виокремлюють позитивне (етичне) і негативне (неетичне) навіювання. Навіювання як позитивний, етичний чинник застосовується у багатьох сферах соціальних відносин. Воно є одним із методів активізації групової діяльності – виробничої, навчальної та ін. Широко застосовують його в медицині (гіпноз, психотерапія). Водночас

навіювання може мати і негативний вплив, ставши інструментом безвідповідальної маніпуляції свідомістю індивіда, групи.

Здійснюється навіювання у формі гетеросугестії (вплив з боку) і аутосугестії (самонавіювання). Самонавіювання належить до свідомого саморегулювання, навіювання собі певних уявлень, почуттів, емоцій. Для цього людина створює модель стану або дій і вводить їх у свою психіку шляхом виявлення недоліків, яких хоче позбутися, розробляє та використовує формули і методики самонавіювання.

З огляду на механізм реалізації розрізняють пряме і непряме, навмисне і ненавмисне навіювання. Пряме навіювання полягає в заклику до певної дії, який сугестор передає як наказ, вказівку, розпорядження, заборону. За непрямого навіювання комунікатор приховує справжній зміст інформації. Розраховане воно на некритичне сприймання повідомлення, для чого використовують не наказові, а оповідні форми. Навмисне навіювання є цілеспрямованим, свідомо організованим психологічним впливом (сугестор знає мету, об'єкт впливу, відповідно добираючи його прийоми). Ненавмисне навіювання не переслідує спеціальної мети і відповідної організації. Сугеренд під час навіювання може перебувати в активному стані, у стані природного сну, гіпнозу, постгіпнотичному стані (навіювання реалізується після виходу із гіпнозу).

Наслідування. Це одна з наймасовіших форм поведінки людини у спілкуванні.

Наслідування – процес орієнтації на певний приклад, взірець, повторення і відтворення однією людиною дій, вчинків, жестів, манер, інтонацій іншої людини, копіювання рис її характеру та стилю життя.

Наслідування є емоційно і раціонально спрямованим актом. Буває воно як свідомим, так і несвідомим. Свідоме наслідування є цілеспрямованим виявом активності, ініціативи, бажання індивіда. Людина намагається повторити все, що здається їй правильним і корисним (навички майстерності, ефективні способи спілкування і діяльності, раціональні прийоми виконання

трудо­вих операцій). За несвідо­мого наслі­ду­ван­ня вона виявляє активність внаслідок впливу інших людей, які розраховують на таку реакцію, стимулюючи її різними засобами.

Наслі­ду­ван­ня – один із важливих механізмів соціалізації особистості, способів її навчання і виховання. Особливе значення воно має у розвитку дитини. Тому більшість науково-прикладних досліджень з цієї проблематики здійснюється в дитячій, віковій і педагогічній психології. У дорослої людини наслі­ду­ван­ня є побічним способом засвоєння навколишнього світу. Її психологічні механізми наслі­ду­ван­ня значно складніші, ніж у дитини та підлітка, оскільки спрацьовує критичність особистості. Наслі­ду­ван­ня в дорослому віці є елементом навчання в певних видах професійної діяльності (спорт, мистецтво). Проте його не можна розглядати як односпрямований рух інформації, зразків поведінки від індуктора (комунікатора) до реципієнта. Завжди існує (іноді мінімальний) зворотний процес – від реципієнта до індуктора.

Міжособистісний комунікативний простір.

Зміст, результативність комунікації, самопочуття, поведінка співрозмовників залежать від їх розміщення у просторі. Йдеться про відстань між ними, положення їхніх тіл. Особливо важливим щодо цього є дотримання параметрів міжособистісного комунікативного простору.

Міжособистісний комунікативний простір (дистанція спілкування) — відстань між тими, хто спілкується.

Мірою міжособистісного комунікативного простору є відстань (дистанція), на яку можна наблизитися до людини у процесі спілкування: до 45 см – інтимна дистанція (спілкування близьких людей); від 45 см до 1 м і 20 см – персональна (спілкування із знайомими людьми), від 1 м і 20 см до 4 м – соціальна (офіційне спілкування), від 4 до 7 м – публічна дистанція (виступ перед аудиторією). Використовуючи фактор дистанції, вчитель може виразити своє схвалення діяльності учнів, особисту прихильність до них. Скоротивши або збільшивши відстань, він посилює або послаблює вплив.

Вибір дистанції учні сприймають по-різному: надто малу відстань вони можуть розцінювати як посягання на особистість, як нетактовність, а на значній відстані педагог для них відчужений, навіть пихатий. Тому вчителю необхідно визначати міжособистісний простір обережно, з урахуванням ситуації спілкування, зважаючи на сприйняття цього чинника співрозмовником. Рівень взаєморозуміння, зворотного зв'язку залежить від розміщення співрозмовників (суперники під час розмови сидять один навпроти одного, під час випадкової бесіди – навскіс за столом, друзі – поруч).

Просторові фактори спілкування використовує будь-який педагог, інтуїтивно обираючи комунікативну відстань, що залежить від взаємин з аудиторією, розмірів приміщення, розмірів групи. За даними досліджень, зоною найефективнішого контакту є перші 2–3 парти, оскільки учні, які сидять за ними, перебувають на особистій, а іноді на інтимній відстані до вчителя. Інші учні, як правило, перебувають на публічній відстані від учителя. Якщо він невимушено проходить по класу, то, змінюючи дистанцію, досягає просторової розмаїтості і рівності у спілкуванні з кожною дитиною. Теорія і практика педагогічної комунікації підтверджує, що надмірна віддаленість від учнів є однією з провідних індивідуально-психологічних особливостей конфліктного вчителя.

В організації комунікативного простору важливе розміщення меблів (столів, стільців, парт) у класі: стіл учителя засвідчує його директивну позицію, кілька рядів учнівських столів створюють ефект “загальної маси”. Перебуваючи в такому приміщенні, учень відчуває себе “усередині класу”, його частиною. Виклик до дошки, спілкування з учителем “один на один” спричиняють у нього неприємний і напружений стан. З огляду на просторові особливості спілкування у школах, педколективи яких зорієнтовані на демократичну взаємодію з учнями, відходять від усталених традицій розміщення стола вчителя й учнівських парт: стіл ставлять у центрі, парти – півколом на однаковій відстані від нього.

Невербальні засоби комунікації розкривають установки вчителя стосовно учнів під час індивідуального опитування.

Декодування вчителем невербальної інформації

У процесі комунікації вчитель і учень взаємодіють як рівноправні партнери. Цілеспрямовано спостерігаючи за зовнішнім виглядом учнів, їхньою поведінкою, поставою, ходом, позами, жестами, голосом і виразом обличчя, вчитель отримує різну інформацію про них, що дає йому змогу оптимізувати свої педагогічні дії для досягнення потрібного результату.

Сукупність мимічних і пантомимічних проявів, що сигналізують про стани смутку, гніву, радості, страху тощо, відіграють інформаційну, регулятивну роль. Структуру сигналу утворюють сталі або варіативні ознаки різних модальностей.

Найважливішим джерелом інформації для вчителя є міміка, яка відображає стан, настрій учня; дає змогу зрозуміти його ставлення до вчителя, обговорюваного питання, комунікативної ситуації і до себе (привітність, відчуження, вдячність, незадоволення).

Більшість учителів у процесі комунікації концентрує увагу на обличчях учнів, де розміщені найважливіші джерела інформації. Скорочення м'язів обличчя змінюють його вираз, сигналізуючи про внутрішній стан особистості (подив — підняті брови, опущені вниз кінчики губ, відкритий рот; страх — підняті й зведені над переніссям брови, широко відкриті очі, куточки губ опущені, дещо відведені назад, губи розтягнуті в сторони, відкритий рот; гнів — брови опущені, ніс зморщений, нижня губа випнута або піднята і зімкнута з верхньою губою; сум — брови зведені, очі погаслі, куточки губ злегка опущені; щастя — очі спокійні, куточки губ підняті й відведені назад).

Загальновідомо, що обличчя людини асиметричне, тобто ліва і права сторони відображають емоції по-різному, оскільки їх контролюють різні півкулі мозку (ліва — мовлення й інтелектуальну діяльність, права — емоції, уяву і сенсорну діяльність). Робота лівої півкулі відображається на правій стороні обличчя, вираження якої піддається більшому контролю; правої

півкулі мозку – на лівій стороні обличчя, на якій складніше приховати почуття. Позитивні емоції відображаються більш-менш рівномірно на обох сторонах обличчя, негативні – більш виражені на лівій. Особливо експресивні губи учнів: щільно стиснуті – відображають глибоку замисленість, вигнуті – сумнів або сарказм.

Усмішка (вираз обличчя, що супроводжує позитивні емоції) виражає дружелюбність, потребу в схваленні, проте за нею можуть приховуватися різні мотиви, тому варто бути обережним у її тлумаченні. Посмішка (вираз обличчя, що виражає негативні емоції), супроводжувана піднятими бровами, свідчить про те, що учень може підкоритися вимогам учителя, опущеними – про відчуття в певній ситуації переваги над ним. Спектр такого способу вираження учнями своїх почуттів немало залежить від їх оточення. Позитивні експресії дітей, які виростили в дружних, повних сім'ях, за інтенсивністю і багатством відтінків значно перевищують відповідні характеристики в дітей, які виховувалися без батьків, у проблемних сім'ях.

Повністю відкриті очі свідчать про чутливість, зацікавленість; прикриті – про байдужість, втому, інертність, зверхність тощо. Прямим поглядом найчастіше виявляють інтерес, довіру, бажання вступити в контакт; поглядом збоку — недовіру, скептицизм; поглядом знизу вгору – агресивну збудженість або готовність підкоритися, прислужитися; згори вниз — про бажання підкреслити свою зверхність, презирство. Іноді дитина ухиляється від погляду не тому, що хоче щось приховати, боїться чогось, а через сором'язливість, невпевненість у собі. Вчитель має знати, що зіниці в людини розширюються, коли її щось зацікавило. Якщо дитина хоче щось приховати, вона відвертатиме очі (приблизно третину часу спілкування). Довго (до двох третин часу) учень дивиться на вчителя, якщо спілкування з ним йому приємне. Так буває і за ворожих стосунків між ними, проте погляд інший.

Установку, почуття учнів визначають за ознаками, віднесеними до сфери моторики (позами, жестами і рухами). Так, схрещені руки або ноги учнів вказують на скептичну, захисну установку; несхрещені – на відкриту

довіру до вчителя; підперте долонями підборіддя – про замисленість учнів. Поза “руки в боки” – ознака непокірності або готовності приступити до роботи; руки, заведені за голову, – переваги. Кивки голови, не завжди означаючи згоду, допомагають бесіді, стимулюючи співрозмовника продовжувати мовлення. Однак стрімкий нахил або поворот голови убік часто означає, що співрозмовник бажає висловитися.

Вчителю легко дається розмова з учнями зі жвавим виразом обличчя, експресивною моторикою, оскільки активна жестикуляція відображає позитивні емоції, є ознакою зацікавленості, дружелюбності. Проте надмірна жестикуляція може свідчити про занепокоєння або невпевненість учнів. Оптимальнішим є спілкування з учнями, які приймають невимушену позу. Залежний, невпевнений у собі учень прагне зайняти якнайменше місця у просторі (зігнувшись, сидить на стільці), і зовсім навпаки поводяться ті, хто відчуває себе господарем ситуації.

Аналізуючи мову рухів тіла, учитель повинен пам'ятати, що між конкретною позою, жестом учня та його внутрішнім станом не завжди є прямий зв'язок, адже вони можуть бути зумовлені зовнішніми обставинами (холодно, незручно сидіти та ін.), не пов'язаними з настроєм причинами (біль в організмі та ін.). Тому за основу слід брати сукупність жестів, недопустимим є їх тлумачення поза контекстом розмови. Результат інтерпретації поз і жестів значною мірою залежить від того, хто її здійснює, адже на ній позначаються настрої, установки, психологічний стан особистості в конкретній ситуації. Тому між побаченим і його інтерпретацією тотожність неможлива. Досвідчений учитель завжди враховуватиме загальний зміст жестів і поз, а також особливості їх прояву, які залежать від індивідуальних якостей особистості, різноманітних чинників, обставин, що зумовлюють спілкування, умов його перебігу. Кожна деталь комунікативної поведінки учня сигналізуватиме про його ставлення до почутої і виголошеної інформації, невисловлені думки тощо. Особливу увагу вчитель звертає на такі аспекти невербальної комунікації:

1) положення рук біля обличчя. Нахилена убік голова учня свідчить про деяку зацікавленість; кулак, що підпирає щоку, – про уважне слухання; витягнутий вказівний палець, що уперся в скроню, – про оцінювання інформації; якщо при цьому великий палець підтримує підборіддя – учень негативно ставиться до інформації або вчителя; пряме, з невеликим нахилом уперед положення голови і погляд з-під лоба означають деяку агресивність дитини.

Коли учень говорить неправду або думає, що чує її, він мимоволі направляє руку до рота (так буває у стані крайньої сором'язливості), найчастіше закриваючи його одним пальцем або кулаком, палець може потирати місце під носом. Рука біля рота є жестом, який учитель може розцінити як прояв неприхильності;

2) положення рук і ніг. Спостереження за руками і ногами учня дають додаткову інформацію про його внутрішній стан. Розкриті долоні свідчать про відкритість, довіру до вчителя; притиснуті до грудей руки — про прагнення бути щирим; неспокійні рухи кистей, обертання великого пальця – про нервозність, дискомфорт (іноді в такому стані руки спокійні, а “витанцьовує” нога); переплетені пальці рук, що лежать на столі, – про те, що дитина напружена, зібрана або роздратована, але намагається це приховати.

Схрещені руки переважно сигналізують про певну настороженість учня. Якщо при цьому пальці стискають передпліччя – він відчувається дуже напружено; якщо пальці впилися в руки – ледве стримує себе.

Деякі учні сидять, схрестивши ноги, коли їм так зручно, в інших випадках ця поза відображає їх напружений стан. У стані напруги деякі з них притискають одну до одної п'яти або перехрещені щиколотки, розвівши коліна;

3) неправдивість. Якщо дитина говорить не те, що думає, вона іноді ховає руки або контролює їх положення. Видати може спрямований убік і вниз погляд – почісування повік або відтягування комірця. Часом учень настільки володіє собою, що говорить неправду, дивлячись в очі. Та про неї

свідчитимуть зламані лінії брів, напружені куточки губ і погляд, старанно підібрані слова. Уловивши неправду, варто доброзичливо (з легким нахилом тулуба, усмішкою і відкритими долонями) попросити його повторити сказане. Наступного разу висловлення неправди не буде таким ефектним;

4) постава, хода учня. Часто вони свідчать про внутрішній його стан (впевненість у собі, розгубленість, пригніченість), фізичне самопочуття, настрій, характер (спокійний, рвучкий, самовдоволений або сором'язливий);

5) голос. Звучання його може виражати радість, сумнів, невдоволення, образу, рішучість, невпевненість. Різноманітну інформацію може почерпнути вчитель, аналізуючи силу і тон голосу, швидкість мовлення, відхилення у побудові фраз (незакінченість речень, часті паузи).

Про почуття учня можна зробити висновок, зважаючи на тон його голосу навіть під час читання алфавіту. Наприклад, ентузіазм, радість, недовіра, гнів і страх виражаються високим голосом; сум, горе, втома, як правило, — м'яким, приглушеним голосом зі зниженням інтонації наприкінці кожної фрази.

Діти говорять швидко, коли схвильовані, стурбовані, переживають особисті труднощі. Той, хто прагне переконати, умовити, переважно говорить швидко. Повільна мова здебільшого свідчить про пригнічений стан, горе, зарозумілість або утому. Невпевнені у собі діти допускають у мовленні повторення слів, неправильний їх вибір, обрив фрази на півслові. Таке трапляється, якщо вони збираються здивувати вчителя. Їх мовленнєві недоліки більш виражені у стані хвилювання, який видають зітхання, нервовий кашель.

Одержати значущу інформацію про учнів учитель може лише за наявності зворотного зв'язку з ними. Адже часом досить глянути на учнів, щоб зрозуміти, наскільки цікавий, доступний для них матеріал, чи готові вони до роботи; з'ясувати причини жестів зніяковіння і занепокоєння (почісування носа, вух; смикання костюма; прокручування ручки; кусання

губ; відкидання волосся та ін.); усвідомити інші причини їхньої поведінки і відповідно скоригувати свою.

Здатність людини до інтерпретації невербальної поведінки залежить від етапу її розвитку. Спершу вона розпізнає окремі елементи поведінки інших на основі жестів і міміки, трактує лише окремі їхні дії. З часом виробляє в собі здатність сприймати їх комплексно з урахуванням контексту, правильно оцінювати стан співрозмовника, його ставлення до змісту і учасників розмови. А ще через деякий час починає успішно послуговуватися жестами, мімікою, пантомімікою як засобами врегулювання відносин з іншими. Тому «прочитування», вивчення людини збагачує знаннями про людський світ.

Пізнання вчителем суб'єктів комунікації потребує володіння професійно-педагогічною увагою, яка полягає в спрямованості й зосередженості на певних об'єктах.

Найважливішими для продуктивної комунікації є такі властивості педагогічної уваги, як зацікавлення предметом викладання і емоційно забарвлена участь у роботі учнів; зосередженість на роботі вихованців, предметі уроку (лекції), спостереження за плином своєї думки, ведення уроку згідно з планом; стійкість і зосередженість уваги протягом уроку (лекції), що обумовлюється логікою розвитку теми, зміною різних видів навчальних занять, робочим станом і поведінкою тих, хто навчається.

Лекція №4-5

Тема. МОДЕЛІ КОМУНІКАЦІЇ

План

1. Моделі комунікації
2. Функції комунікації
3. Основні види комунікації
4. Форми вербальної комунікації

Ключові слова: комуніканти, комунікатор, реципієнт, вербальна, невербальна комунікація.

Мета: розглянути структуру комунікативної ситуації, проаналізувати моделі комунікації, виховати культуру поведінки під час спілкування; створити атмосферу емоційного підйому; викликати почуття гордості, інтересу, відповідальності, співпереживання, співчуття, радості поваги; виховувати зацікавленість дисципліною, прагнення отримувати нові знання самостійно.

Завдання:

- ознайомити студентів із моделями комунікації;
- розкрити зміст поняття повідомлення як знакової форми мовленнєвого спілкування і встановити закони організації мовного коду та інформаційного масиву комунікації;
- ознайомити студентів із сучасними тенденціями розвитку масової комунікації.
- надати рекомендації щодо успішності, ефективності проведення комунікації, її планування й контролю.
- розробити оптимальні моделі комунікативної ситуації.

Література:

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: Підручник. – К.: Видавничий центр «Академія», 2004. – С. 78-90.
2. Семенюк О.А. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб./ О.А. Семенюк, В.Ю.Парашук. – К.: ВЦ "Академія", 2010. – С. 32-52.
3. Селіванова О.О. Основи теорії мовної комунікації: Підручник. — Черкаси: Видавництво Чабаненко Ю.А., 2011. – С. 156-176.
4. Селиванова Е.И. Основы лингвистической теории текста и коммуникации: Монографическое учебное пособие. – К.: Брама, 2004. – С.121-157.

1. Моделі комунікації

Пізнаючи певні явища та процеси антропогенного середовища, дослідники створюють образи об'єктів, що вивчаються, – макети,

зображення, схеми, формули, карти тощо, їх називають моделями. Моделі як спрощені образи реальних об'єктів відображають їх ключові ознаки.

У зв'язку зі складною природою комунікації існує багато її моделей.

Моделі комунікації – узагальнені теоретичні уявлення, що відтворюють структуру та функції досліджуваного об'єкта.

Моделі вибудовують з урахуванням різних галузей знання: соціологічні та психологічні моделі (спіраль мовчання, дифузна теорія, модель брамника), семіотичні моделі (модель Р.Якобсона, модель Ю.Лотмана тощо), міфологічні моделі (міф розповідає людині про події, в яких вона задіяна сама), моделі іміджевої, пропагандистської, масової комунікації, прикладні моделі комунікації тощо.

Найбільш поширені моделі комунікації Г.-Д. Лассвелла (1948), Шеннона – Вівера (1949), Р.Якобсона (1960).

Модель комунікації Г.-Д. Лассвелла. Вона є однією з найперших моделей комунікації. Запропонована американським дослідником політики та пропаганди Гарольдом-Дуайтом Лассвеллом (1902—1978). Формулу «Who says what to whom in which channel with what effect?» (Хто говорить? Що говорить? За допомогою якого каналу? До кого говорить? Із яким результатом говорить?) вважають класичною. У певному смислі ця фраза є згорнутою моделлю комунікації, адже, відповідаючи на питання, можна виокремити учасників та елементи комунікативного акту.

Не заперечуючи певної інструментальної корисності цієї моделі, сучасні дослідники вказують на властиву їй суттєву спрощеність соціальної дійсності і пропонують її вдосконалення.

Модель комунікації Шеннона – Вівера. Вона була запропонована американським математиком Ворреном Вівером (1894–1978) у 1949 р. та вдосконалена американським дослідником комунікації та штучного інтелекту Клодом-Елвудом Шенноном (1916–2001). Модель включала п'ять елементів: джерело інформації, передавач, канал передавання, одержувач інформації та кінцеву мету, які розташовані в лінійній послідовності. Тому цю модель

називають лінійною. Надалі її удосконалювали для потреб інших галузей, пов'язаних із комунікацією, наприклад у галузі телефонного зв'язку вона складалася із шести елементів: джерело, кодувальний прилад, повідомлення, канал, декодувальний прилад та приймач повідомлення.

На думку Г. Почепцова, удосконалення моделі Вівера К.-Е. Шенноном полягає у включенні ефектів, що заважають, у вигляді шуму. Відтак його почали пов'язувати з поняттями «ентропія» («негентропія») та «надлишковість». Ентропія, або H , у теорії комунікації належить до зовнішніх чинників, що спотворюють повідомлення, порушують його цілісність та можливість сприйняття одержувачем. Негентропія — це отримання неповного або спотвореного повідомлення одержувачем завдяки його здатності розпізнавати повідомлення, незважаючи на неповну або спотворену інформацію. Поняття «надлишковість», за В.Кашкіним, позначає повторення елементів повідомлення для запобігання комунікативній невдачі, тобто засоби, спрямовані проти ентропії. Особливо яскраво надлишковість проявляється на прикладі природного коду – людської мови. Вважається, що всі мови приблизно наполовину надлишкові, тобто можна закреслити слова в тексті, стерти їх на магнітофонній плівці, не почути у телефонній розмові, просто бути неуважним під час розмови, але при цьому зберігається шанс зрозуміти суть повідомлення.

К.-Е. Шеннон писав, що англійська мова, наприклад, передбачувана приблизно на 50%. Фольклорні тексти (пісні, казки, оповідки), що виникли в ситуації, коли не було писемності, мають великий відсоток передбачуваного матеріалу (приспиви, повтори), що полегшувало їх розповсюдження. Проте існує поріг допустимого шуму, за яким можливість розуміння повідомлення різко знижується, особливо якщо повідомлення передано малознайомим кодом, наприклад іноземною мовою.

Найсуттєвішим недоліком моделі Шеннона – Вівера вважають статичність. Пізніше її доповнили поняттям «зворотний зв'язок». Це

вдосконалення відбулося під впливом ідей кібернетики і дало змогу більше наблизити модель до реальності взаємодії мовців у комунікації.

Модель комунікації Р.Якобсона. У лінгвістиці ідеї К.-Е. Шеннона найуспішніше втілились в інтерпретації американського мовознавця російського походження Романа Якобсона (1896–1982). У праці «Лінгвістика та поетика» (1960) він представив мовленнєву комунікацію як взаємодію шести найважливіших чинників, кожному з яких відповідає особлива функція мови. У моделі комунікації, або мовленнєвої події, за Р.Якобсоном, беруть участь адресат та адресант, який відправляє повідомлення, створене за допомогою коду. Контекст у цій моделі пов'язаний зі змістом повідомлення, з інформацією, що передають. Поняття «контакт» охоплює регулятивний аспект комунікації. В ідеальній ситуації комунікації спрацьовують усі шість чинників, реальна комунікація може ставити на перше місце один із них, водночас не втрачаючи решти.

У різних її варіантах модель Р. Якобсона використовують у лінгвістиці для аналізу функцій мови загалом, функціонування окремих одиниць мови, в соціолінгвістиці, соціології комунікації та теорії комунікації — для аналізу комунікативних процесів. Цю модель називають телеологічною, тому що вона демонструє функції мови.

Будь-яке дослідження мови та спілкування може брати за основу одну із трьох моделей комунікації.

1. Інформаційно-кодова модель. Це адаптована модель Шеннона – Вівера до подання мовної комунікації. Згідно з цією моделлю учасники комунікації — відправник і одержувач; повідомлення вміщує інформацію про стан речей або думку мовця, яку він з певною метою передає слухачу, причому обидва вони володіють кодом (знаковою системою мови), який конвенціонально співвідносить звукову форму і значення. Учасники, повідомлення та сигнал симетрично «зв'язані» кодуванням та декодуванням. Інформаційно-кодова модель ґрунтується на ідеї примітивної

інтерсуб'єктності: мета комунікації – спільне повідомлення (думка); процес досягнення мети оснований на існуванні спільного коду.

Недоліками цієї моделі є неможливість адекватного опису реальних процесів комунікації будь-якою природною мовою, а також проблеми семантико-прагматичного характеру. Як зауважує сучасний російський мовознавець Михайло Макаров, «розуміння має на увазі дещо більше, ніж тільки декодування — саме по собі декодування локалізується там, де акустичний сигнал переходить у мовний образ, однак інтерпретація висловлювання на цьому не закінчується». До того ж інформаційно-кодова модель обмежує повідомлення тільки тими думками, які адресант висловлює згідно зі своїм наміром (інтенцією), але фактично в комунікативній ситуації можливе сприйняття інформації незалежно від бажань мовця.

2. Інференційна модель. На відміну від інформаційно-кової моделі, у якій мовець відправляє свою думку слухачеві, ця модель використовує принцип виведення знання. Мовець, вкладаючи свій смисл у висловлення, демонструє свої інтенції, хоче, щоб слухач розпізнав його намір і це стало частковою основою для його реакції. Ініціює процес комунікації не бажання передати думку, а бажання мовця зробити свої інтенції зрозумілими іншим, при цьому мовленнєвими засобами для вираження цих намірів слугують висловлення.

3. Інтеракційна модель. Згідно з цією моделлю комунікації не мовні структури коду, а комунікативно зумовлена соціальна практика пояснює природу трансформації смислів у спілкуванні. Інтеракційна модель вбачає суть спілкування не в трансляції інформації (інформаційно-ковова модель) і односторонньому впливі мовця на слухача шляхом маніфестації його комунікативних намірів (інференційна модель), а в складній комунікативній взаємодії як мінімум двох суб'єктів, які продукують та інтерпретують смисли.

Відправним пунктом взаємодії є комунікативні інтенції мовців, що відображають їхній внутрішній стан. На думку М.Макарова, комунікація охоплює намір кожного комуніканта виразити Себе, власне Я, визнання

Іншими цього наміру, організацію дій (індивідуальних актів) та взаємодію (соціальну інтеракцію) відповідно до цих взаємоспрямованих інтенцій.

Отже, вербальну комунікацію можна розглядати як вид соціальної інтеракції, що задовольняє різні потреби вираження внутрішніх станів комунікантів; складається з організації процесу їх взаємодії та координації дій; опирається на продукування й інтерпретацію конвенціональних (здійснюються згідно із загальноприйнятими правилами) і неконвенціональних (відбуваються на власний розсуд) мовленнєвих дій учасників комунікативного акту.

2. Функції комунікації

Основною причиною, що змушує людей вступати в комунікацію, є потреби індивіда або групи людей. Оптимальною для опису людських потреб є схема-піраміда, запропонована американським психологом Абрахамом-Харольдом Маслоу (1908—1970). Згідно з концепцією мотивації А.-Х. Маслоу, потреби людини утворюють ієрархію з п'яти рівнів, від нижчих (базових, біологічних), котрі розташовані в основі піраміди, до вищих потреб самореалізації особистості, які формують вершину піраміди:

фізіологічні потреби – їжа, вода, повітря;

потреби безпеки – дах над головою, одяг, відсутність страху, відсутність страху, порядок, закон;

потреби взаємин – любов, дружба, сім'я;

4) потреби самоповаги — висока самооцінка, повага інших людей, влада, репутація, престиж, статус, слава;

5) потреби самореалізації – прагнення бути самим собою, робити те, що бажаєш.

Особливістю такої ієрархії є те, що перш ніж індивід звернеться до вищих потреб, повинні бути реалізовані його потреби нижчих рівнів, наприклад людина не переймається своєю безпекою, якщо потерпає від голоду; потреби любові та дружби відступають, коли життя людини в небезпеці, тощо.

У будь-якому разі мета комунікації – обслуговувати ті чи інші потреби комунікантів. Відтак повідомлення передають, щоб: 1) попереджати (дорожні знаки); 2) інформувати (поширення новин); 3) пояснювати (підручник, інструкція); 4) переконувати (напис Зберігайте гроші в нашому банку); 5) розважати (анекдот, пісня) тощо.

Функції комунікації виокремлюють лише з метою аналізу, причому йдеться як про функції комунікації загалом, так і про функції окремих комунікативних актів. У реальному комунікативному процесі навіть окремий акт комунікації виконує декілька функцій, одна або дві з яких можуть бути визначальними.

Побутує традиційна думка, що мова виконує такі функції:

- а) пізнавальну (когнітивну), або інформаційну, функцію – відображення ідей, понять, думок та передавання їх іншим комунікантам;
- б) оцінну функцію – вираження особистих оцінок та ставлень;
- в) афективну функцію – відтворення емоцій та почуттів.

Німецько-австралійський психолог та лінгвіст Карл Бюлер (1879—1963) виокремив три функції мови, що виявляються у кожному мовленнєвому акті:

- а) функцію вираження (експресивну), що співвідноситься з мовцем;
- б) функцію звертання (апелятивну), що співвідноситься зі слухачем;
- в) функцію повідомлення (репрезентативну), що співвідноситься з предметом мовлення.

Відповідно до цих функцій адресант виражає себе, апелює до адресата і репрезентує предмет комунікації.

Одна із найбільш поширених класифікацій функцій комунікації Р.Якобсона враховує складові моделі комунікації, де за кожним учасником та елементом закріплена певна функція.

Функції комунікації за Р. Якобсоном

Функції	Суть функції
---------	--------------

Емотивна функція орієнтацією на адресанта	з	Має на меті виявлення ставлення адресанта до того, що він (вона) говорить. Це всі варіанти вираження свого Я, наприклад: «Я вважаю, що не варто звертати увагу на такі несерйозні речі». Може оформити інтонаційно одне й те саме повідомлення, щоб були зрозумілими схвалення, несхвалення, скепсис, погроза тощо
Конативна функція орієнтацією на адресата	з	Виражає безпосередній вплив на співрозмовника. Це може бути наказ, клична форма. Свідчить про ефективність того чи іншого повідомлення, наприклад: «Друзе! Як приємно тебе бачити»
Референтна (денотативна) функція	з	Найбільш поширена функція, за якої увага зосереджена на темі, змісті розмови, наприклад: «Сонце сходить на сході»
Поетична функція орієнтацією на повідомлення	з	Увага зосереджується на самому повідомленні задля повідомлення: форма важливіша за зміст. У буденних розмовах, навпаки, на першому місці зміст, а відтак — форма
Фатична функція		Використання комунікативної системи для початку, завершення розмови, зосередження на контактному елементі ситуації, наприклад: «Алло?» — «Так-так. Ну-ну». Важливий не зміст розмови, а те, щоб контакт не перервався. Цю функцію виконують розмови про погоду, бесіди за святковим столом тощо. У них головне не нова інформація, а контакт, тобто соціальність співрозмовників, які часто перевіряють наявність контакту, наприклад: «Ти слухаєш?»

Метакомунікати вна функція з орієнтацією на код	Не знаючи слова, мовець може запитати про його значення і отримати описову відповідь, за допомогою інших слів або показу предмета. Це вихід за межі бесіди завдяки знайомим словам, наприклад: «А що значить це слово?».
--	--

Ці функції водночас виконує кожний комунікативний акт, але інколи одна з них більш виразна, тоді він перетворюється на вишукану поезію, військовий наказ, розмову про погоду тощо. Хоча фактор «адресат» закладений у модель Р. Якобсона, зворотний зв'язок – реальне відображення повідомлення – враховано неадекватно, тому недоліком класифікації є те, що модель спрямована в одному напрямку: від адресанта до адресата.

3. Основні види комунікації

Сучасний комунікативний простір є складною системою, в якій людина поводиться і спілкується неоднаково в різних ситуаціях та за певних обставин. У теорії комунікації поділ на ті чи інші види комунікації здійснюють на різних підставах, отже, їх кількість у наукових джерелах суттєво відрізняється.

За кількістю співрозмовників виокремлюють:

внутрішню комунікацію (автокомунікацію), коли людина розмовляє із собою наодинці;

міжособистісну комунікацію:

- комунікацію в малих групах (3-5 співрозмовників), наприклад розмова друзів, колег по роботі, навчанню, у сімейному колі тощо;
- публічну комунікацію (20-30 і більше співрозмовників), зокрема виступ перед аудиторією, у якій є функціональний поділ: активний промовець і пасивна аудиторія;
- організаційну комунікацію, коли люди працюють в одній установі (організації), вони пов'язані багатьма комунікативними ситуаціями, насамперед ієрархічними: начальник – підлеглий, вищий – нижчий за поса-

дою тощо. Тут може виникати розбіжність між формальними (призначеними) та дійсними лідерами;

– масову комунікацію (1000 і більше учасників), що охоплює діяльність засобів масової інформації (ЗМІ): газет, журналів, телебачення, радіо.

Ці різновиди комунікації функціонують у межах однієї мови та однієї культури. Проте оскільки у світі існує приблизно 3500 мов, то, стаючи співрозмовниками, представники різних мов та культур вступають у міжнародну, або міжкультурну, комунікацію, оволодіння якою також вимагає особливих навичок та вмінь.

У всіх випадках ідеться про комунікацію між індивідами, бо лише завдяки їм можливі міжгрупові контакти та масова комунікація загалом. Отже, більшість видів комунікації проявляється у формі міжособистісної комунікації – спілкування між двома індивідами, процесу одночасної взаємодії співрозмовників (комунікантів) та їх впливу один на одного.

Функціональний підхід до класифікації видів комунікації дає змогу виокремити такі види комунікації:

інформативна комунікація — це передавання інформації про навколишній світ, коли функціонують комунікатор та реципієнт. При цьому очікується, що будь-які інформаційні повідомлення – правдиві, не суперечливі та виражають неупереджений погляд на факти або події, про які йдеться;

афективно-оцінна комунікація — комунікація, що ґрунтується на вираженні або позитивних, або негативних почуттів відповідно до співрозмовника. У цьому виді комунікації відсутнє об'єктивне викладення фактів, натомість наявна упередженість. Етнічні упередження, стереотипи, пересічні думки, плітки – це форми афективно-оцінної комунікації. Найбільш виразним прикладом цього виду комунікації є освідчення в коханні: дівчина чекає зізнання, що вона найкраща у світі, хоча, можливо, це не відповідає дійсності.

Характерною ознакою афективно-оцінної комунікації є можливість посилити або послабити оцінювання та вираження почуттів, що неможливо зробити у випадку інформативної комунікації. Тому цьому виду комунікації властива емпатія — здатність бачити світ з позиції іншої людини, поділяти її почуття й переживання;

рекреативна комунікація — різні форми розважального спілкування, які дають змогу комунікантам розслабитися та відпочити. У цьому виді комунікації мовці створюють уявні ситуації і передають інформацію: анекдоти, історії, дискусії, конкурси тощо;

переконувальна комунікація — комунікація; спрямована на стимулювання будь-якої дії з боку адресата у формі поради, прохання. Комуніканти впливають один на одного, прагнучи досягти певного типу поведінки свого партнера. Співрозмовник діє відповідно до волі мовця, вважаючи при цьому, що діє згідно зі своєю волею. Така комунікація охоплює як знайомих людей (начальник — підлеглий тощо), так і незнайомих (звертання людини зі скаргою до органів влади). Найбільш виразний приклад такого виду комунікації — реклама.

Переконувальна комунікація вміщує елемент маніпуляції поведінкою інших людей. Зовнішній вигляд, лексичні засоби (будь ласка, прошу), інтонація також можуть виконувати функцію переконувальної комунікації, впливати на майбутню поведінку партнера;

5) імперативна комунікація — комунікація, основана на генетично властивому бажанні людини примушувати інших щось робити, «волі до влади» (О.Пчелінцева). Базова психологічна категорія «імперативне мовлення» притаманна людині від природи, тому її не можливо охарактеризувати дихотомією «добре — погано», вона просто існує. Під її впливом мовці часто (свідомо чи несвідомо) прагнуть вплинути на емоційний стан співрозмовників: сподобатись, розсмішити, принизити, розлютити тощо. Коли людина відчуває сильну емоцію, її нервова система перевантажується. Викликаючи у співрозмовника ту саму емоцію, мовець урівноважує свою

нервову систему. При цьому існує комунікативна загроза для співрозмовника, оскільки його бажання сприйняти чи не сприйняти певну емоцію не беруть до уваги. Здатність викликати у співрозмовника ту саму емоцію, котру відчуває мовець, називається конгруентністю.

Примусити відчувати можливо не тільки конгруентну, а й спеціально заплановану мовцем емоцію: сором, страх, певні фізіологічні емоції — голод, спрагу (наприклад, якщо вдало розповісти про смачну страву, то захочеться їсти).

Людину можна примусити не лише щось відчувати, а й зробити. Перший спосіб — конгруентний, тобто мовець спонукає співрозмовника робити те, що робить сам (танцювати, їсти тощо). Інший стимул — це користь: співрозмовника підкуплюють матеріально, а також пропонуючи те, що важливо для нього (соціальний статус, престижна робота, переваги тощо);

б) ритуальна комунікація — дотримання та виконання мовцями соціально прийнятих форм поведінки, системи правил гри, які сучасна українська лінгвістка Олена Пчелінцева поділяє на дві групи: законодавство (заперечувальні правила); етикет (рекомендаційні правила). Ці правила існують для зручності спільного життя; від тих, хто їх не виконує, спільнота звільняється територіально або психологічно. Якщо людина залишається сама, вона відчуває сильний психологічний дискомфорт. Отже, більшість людей виконує законодавчі та етикетні правила, щоб не вийти із соціуму.

Етикет реалізується засобами певної мовленнєвої поведінки — ритуального мовлення. Цей вид комунікації охоплює обмін знаками належності до спільноти (вітання, прощання, вибачення, подяка тощо). Ритуальні промови містять інформацію про співрозмовника як члена громади. Вони втратили своє первинне значення, тобто десемантизувалися. Явище десемантизації (розпад, зменшення або втрата смислу) відбувається з будь-яким повідомленням, яке часто повторюється.

Видами ритуального мовлення можна також вважати телефонні розмови, офіційні звертання, мовленнєві обряди (вінчання, похорон тощо). У комунікантів, які порушують норми ритуальної комунікації, можуть бути проблеми з людьми, які їх оточують, а саме: несхвалення та незрозуміння їхньої поведінки;

7) провокаційна комунікація — особливий тип спілкування, внутрішньо розрахований на отримання відповідної інформації у деяких випадках, коли мовець говорить не для того, щоб передати інформацію, а щоб її одержати. Для отримання інформації звичайно запитують, але можна й стверджувати, наприклад:

А: Я давно не бачила Мишка.

Б: Його зараз немає в місті, він поїхав до Києва.

Перша репліка — провокація: мовець хоче отримати інформацію про особу, але не запитує прямо: Де Мишко?, Що зараз робить Мишко? тощо. Друга репліка — потрібна інформація, яку намагався дізнатись адресант.

Інколи люди не хочуть ділитися інформацією, у такому випадку співрозмовники вдаються до спеціальних прийомів провокаційного мовлення (О. Пчелінцева):

а) задати тему, кинути репліку з метою почути, що з цього приводу думають інші (наприклад, у ток-шоу). Важливо правильно вибрати джерело інформації, тобто компетентну людину;

б) впевненим, безапеляційним тоном сказати щось, що не відповідає здоровому глузду. Людський мозок агресивно реагує на неправду й дурниці. Зокрема, якщо мовця цікавить процес зміни курсу долара, він може сказати: Фінансова система останніх років розвивається добре, особливо процес інфляції. Адресант почне доводити, що це неправда, й аргументувати прогнозом зміни курсу долара, що адресату й було потрібно;

в) блефувати, тобто для отримання інформації мовець може впевнено декларувати знання, якими не володіє або правдивість яких суперечлива. Це спровокує певну вербальну реакцію співрозмовника.

Крім отримання інформації можна спровокувати певну емоційну реакцію. Загалом провокаційне спілкування — складний тип мовлення, який потребує мобілізації інтелектуальних та вольових сил співрозмовників.

4. Форми вербальної комунікації

Будь-яка вербальна комунікація здійснюється в контексті певної ситуації у межах однієї зі сфер діяльності людини та організації суспільного життя:

а) особиста сфера (сфера приватних інтересів), у якій мовець функціонує як приватна особа. Центром цієї сфери є сім'я, дім, друзі;

б) публічна сфера, де мовець діє як член загальної спільноти або організації;

в) професійна сфера, в якій мовець виконує свої посадові чи професійні обов'язки;

г) освітня сфера, в якій мовець бере участь в організованому навчальному процесі.

Із кожною сферою корелюються відповідні форми вербальної комунікації. Залежно від спрямування потоку мовлення під час комунікації виокремлюють монологічне та діалогічне (полілогічне) мовлення. За односпрямованого потоку мовлення комунікація характеризується активністю одного комуніканта, тому його мовлення називають монологічним. Якщо передавання повідомлення спрямоване у двох або декількох напрямках, форма вербальної взаємодії діалогічна (полілогічна), при цьому періоди мовленнєвої активності кожного комуніканта змінюються періодами сприйняття та опрацювання інформації.

Первинною природною формою мовного спілкування вважають діалог.

Діалог – форма вербальної взаємодії, як правило, між двома комунікантами (діада), яка складається з обміну репліками-висловлюваннями.

Висловлюванням властиві ситуативність (залежність від обставин розмови), контекстуальність (зумовленість попередніми висловлюваннями) та варіативний ступінь підготовленості й організованості (від незначного у

побутовому діалозі до високого у діалозі-інтерв'ю під час прийому на роботу).

Полілог – це підвид діалогу, в якому кількість комунікантів більше двох. Діалог функціонує практично в усіх сферах комунікативної діяльності мовців. Вторинною формою мовного спілкування є монолог.

Монолог – форма вербальної комунікації, що складається з висловлювань одного комуніканта, розрахованих на пасивне або опосередковане сприйняття адресатом.

З одного боку, якщо мовець заговорив, то він розраховує на увагу адресата, з іншого – від адресата очікується лише сприйняття, а не відповідь. Основні сфери використання монологу — публічна (виступ оратора на зборах, теле- або радіоведучих тощо), освітня (мова лектора, вчителя на уроці тощо), професійна (доповіді підлеглих начальнику, вказівки начальника підлеглим тощо). В особистій сфері спілкування монологом послуговуються не часто.

Діалог як форма вербальної комунікації. Основними умовами виникнення та функціонування діалогу російські фахівці з комунікативної лінгвістики Оскар Гойхман і Тетяна Надєїна вважають такі:

вихідний розрив у знаннях комунікантів, тобто якщо партнери не будуть повідомляти нову (невідому) інформацію щодо предмета розмови, а почнуть обмінюватися загальновідомими істинами (наприклад, Кольоровий телевізор дає змогу отримувати кольорові зображення), діалог не відбудеться;

потреба у спілкуванні, яка виникає в ситуації, коли дані стосовно предмета спілкування, котрими володіє суб'єкт, виявляються недостатніми. Присутність у цій ситуації партнера, який реально або потенційно може бути джерелом невідомої інформації, робить імовірним виникнення діалогу;

детермінізм, інакше кажучи, дотримання причинно-наслідкових зв'язків під час продукування діалогу: репліки мають причини; причини та наслідки повинні бути пов'язаними; відсутність таких зв'язків призводить до

порушення повноцінного спілкування й виникнення розмови типу: На городі бузина, а в Києві дядько (рос. Я бы за тебя пошла, да у меня корыто);

спільна пам'ять, коли співрозмовники повинні мати принаймні мінімальний спільний запас знань про минуле. Якщо почати розмову про те, хто перемаже у футбольному матчі команди «Динамо» (Київ) та студентів фізвиховання Кіровоградського педуніверситету, то такий діалог не матиме смислу, тому що він суперечить елементарним відомостям, накопиченим із цієї теми;

спільні знання мовного коду, без яких діалог як мовна форма спілкування не відбудеться, якщо партнери говорять різними мовами або один із них насичує своє мовлення термінологією, якої немає в активному мовному запасі співрозмовника.

Діалогічне мовлення виконує функції запиту — повідомлення інформації; пропозиції (у формі наказу, прохання, поради) — прийняття (неприйняття) запропонованого; обміну судженнями (думками, враженнями); взаємопереконання (обґрунтування) своєї думки (позиції); експресивну (емоційно-виразну) для відтворення емоцій, підтримання соціальних контактів між комунікантами.

Залежно від провідної комунікативної функції, яку виконує діалог, виокремлюють такі функціонально-комунікативні його типи:

а) інформативний діалог (діалог-розпитування), мета якого — отримання інформації. Складається він переважно з питань та відповідей, може включати згорнутий монолог або риторичні питання. Ініціатива запиту інформації буває односторонньою або двосторонньою. Односторонній діалог-розпитування називають інтерв'ю;

б) прескриптивний діалог, що передбачає прохання (наказ) та обіцянку (відмову) виконати запроповану дію. При цьому адресант пропонує програму дій, а адресат береться (не береться) за її виконання;

в) діалог — обмін думками, що має вигляд суперечки або дискусії, якій властива тематична єдність, попри різні погляди щодо предмета

обговорення. Обидва партнери — експерти в обговорюваних питаннях. Вони висловлюють свою позицію, наводять аргументи для доказу або спростовують її. При цьому ініціатива ведення діалогу двостороння;

г) діалог — урегулювання міжособистісних стосунків, що охоплює два підвиди: діалог-унісон (щире визнання досягнень (поглядів, позицій) партнера) та діалог-дисонанс (взаємне з'ясування стосунків);

г) «пустослівний» діалог, мета якого — емоційне спілкування (скарги, вихваляння, захоплення, побоювання, острахи тощо) або інформаційно пуста розмова на інтелектуальні теми.

Як формі вербальної взаємодії діалогу властиві психологічний, соціоінтерактивний, комунікативно-мовний аспекти.

Діалогічне мовлення у психологічному аспекті. Воно характеризується вмотивованістю, тобто виникає з потреб комунікантів; зверненістю, тому що, як правило, діалог відбувається у безпосередньому контакті комунікантів і передбачає зорове сприйняття співрозмовників; ситуативністю, оскільки часто зміст діалогу можна зрозуміти лише з урахуванням тієї ситуації, в якій він відбувається; спонтанністю, у зв'язку з тим що мовленнєва поведінка кожного комуніканта значною мірою зумовлена мовленнєвою поведінкою його партнера; двостороннім характером, тобто від комунікантів вимагається двостороння мовленнєва активність у говорінні та аудіюванні.

Характерною комунікативно-мовною особливістю діалогічного мовлення є переважання комплексів «питання — відповідь». О.Гойхман та Т. Надєїна класифікують питання за різними ознаками так:

уточнювальні питання, які спрямовані на з'ясування істинності і потребують відповіді так чи ні; заповнювальні питання, орієнтовані на здобування нових знань щодо предметів, подій, явищ, їх характерна ознака — питальні слова хто? що? де? коли? чому? як?;

прості питання, які не можуть бути розчленовані на більш прості висловлювання; складні питання, котрі включають більше одного питання;

коректні питання, які ґрунтуються на істинних судженнях, та некоректні, основані на неістинних або невизначених судженнях;

нейтральні питання, які не мають емоційного забарвлення і жодним чином не впливають на особистість партнера; доброзичливі питання, що позитивно емоційно забарвлені й акцентують на доброзичливому ставленні до партнера; провокаційні питання, які негативно емоційно забарвлені і вміщують явне чи приховане спонукання партнера до неправильних мовленнєвих дій.

Відповіді класифікують у такий спосіб:

— правильні відповіді, які виражають істинні судження, логічно пов'язані з питанням і дають змогу отримати додаткові відомості, уточнити погляд на певну проблему; неправильні відповіді, пов'язані з питанням, але які неправильно відображають дійсність; відповіді «не по суті», що можуть бути істинними, але логічно не пов'язаними з питанням, тому партнер не бере їх до уваги;

— позитивні відповіді, що виражають волю адресата дати істинне судження, доповнити знання адресанта з предмета питання; негативні відповіді, які передають відмову адресата відповідати на запитання з тієї чи іншої причини (некомпетентність, міркування етичного плану тощо).

Загалом діалогам властиве переважання питальних і спонукальних висловлювань серед ініціативних реплік (початкових: репліка-питання, репліка-твердження тощо) та повторів і перепитувань серед реактивних реплік (репліка-відповідь, репліка згоди або заперечення).

Діалогічне мовлення в соціоінтерактивному аспекті. Діалог є універсальною формою соціальної активності суб'єкта мовлення. Крім реалізації функції спілкування у процесі діалогічного мовлення відбуваються організування взаємодії, здійснення впливу, регулювання відношень засобами мовного коду. При цьому глобальною метою учасників діалогу є установка на кооперацію або її відсутність, тобто вербальна взаємодія може

бути кооперативною (гармонійною) або некооперативною (конфронтаційною, дисгармонійною).

Інтерактивність варто розуміти не тільки як взаємодію адресанта та адресата між собою, а і як їх взаємодію зі змістом діалогу. Опрацювання змісту реплік у діалозі (розуміння, тлумачення, оцінювання тощо) є структурним елементом інших видів діяльності. Бути учасником діалогічної взаємодії означає спільно конструювати реальність за допомогою мовного коду, дотримуючись певних принципів і правил обміну. Отже, діалог як форма вербальної комунікації є колективною діяльністю, у процесі якої партнери координують як сам процес, так і його зміст.

Діалогічне мовлення в комунікативно-мовному аспекті. Мовні особливості діалогу охоплюють еліптичність, або синтаксичну неповноту, реплік, вживання готових мовленнєвих одиниць (формул, кліше, стереотипів), слів – заповнювачів пауз, стягнених форм і неповний стиль вимови.

Діалог – це кооперативна діяльність комунікантів, які мають певну спільну мету. Успішний діалог передбачає дотримання базових нормативних принципів (правил), котрі регулюють поведінку комунікантів під час вербального контакту. Найбільш поширений у спеціальній літературі – принцип кооперації у вигляді комунікативних максимум, сформульований британським філософом Гербертом-Полом Грайсом (1913–1988). Російський мовознавець Юрій Рождественський (1926–1999) у книзі «Теорія риторики» (2006) виокремив закони, властиві діалогам:

а) закон часу – безкінечне продовження діалогу в одному його жанрі знищує інформаційну цінність мовлення (і навпаки);

б) закон аудиторії – безкінечне розширення аудиторії в одному жанрі діалогу знищує інформаційну цінність мовлення (і навпаки);

в) закон компетентності аудиторії – недостатній рівень знань учасників діалогу з предмета мовлення знищує інформаційну цінність мовлення (і навпаки);

г) закон доречності — організація діалогу за місцем, часом та комунікантами, яка не враховує зацікавленості учасників у предметі спілкування і знищує інформаційну цінність мовлення (і навпаки).

Отже, основна мета учасників діалогу – підтримувати мовленнєву взаємодію, за якої вони послідовно продукують різноманітні за своєю функцією мовленнєві акти, поєднані ситуативно-тематичною спільністю. Висловлення спрямовані на обмін інформацією, спонукання до дії, вираження емоційної оцінки, дотримання норм мовленнєвого етикету.

Монолог як форма вербальної комунікації. Монологічне мовлення виконує інформативну функцію (повідомлення інформації про предмети, події, явища); впливову (спонукання до дії чи попередження небажаної дії, переконання щодо справедливості (несправедливості) тих чи інших дій, явищ, подій); експресивну, або емоційно-виразну (використання мовленнєвого спілкування для опису емоційного стану, зняття емоційної напруженості); розважальну (для розваги слухачів — виступи на сцені, анекдоти, жарти тощо); ритуально-культову (для комунікації під час культових подій, ювілеїв, свят, релігійних обрядів тощо).

Залежно від комунікативної функції та характеру логіко-синтаксичних зв'язків між реченнями виокремлюють такі типи монологів, як опис, розповідь і міркування. В основу їх класифікації покладено логічні категорії «простір», «час», «причина» та «наслідок». Мовець або описує факти об'єктивної дійсності, передаючи їхні сутнісні та просторові ознаки, або повідомляє (розповідає) про них, розглядаючи у часових відношеннях, або розмірковує про них, беручи до уваги інші відносини, насамперед причинно-наслідкові.

Монолог-опис — це мовний продукт, у якому констатують наявність чи відсутність будь-яких ознак в об'єкті, вказують його просторове розміщення. Монолог-розповідь — мовний продукт, у якому повідомляється про розвиток подій, пригод, дій чи станів. Дійсність сприймається у процесі її розвитку та зміни в часовій (хронологічній) послідовності. Його різновиди — монолог-

повідомлення (стислий виклад фактів чи подій в інформативній формі) та монолог-оповідь (суб'єктивно-особистісний опис подій із життя самого мовця). Монолог-міркування — це мовний продукт, на підставі якого на основі вихідної тези (декількох тез) роблять висновок. Для монологу-міркування властивий причинно-наслідковий зв'язок між реченнями. Його різновид — монолог-переконання, мета якого — переконати адресата, сформулювати в нього мотиви, погляди, спонукати до дії.

Функціонально-сміслові типи монологів рідко функціонують у чистому вигляді, зазвичай вони реалізуються як комбіновані форми, наприклад у розповіді або міркуванні може бути опис тощо.

Монолог у психологічному аспекті мовлення. Із цього погляду монологу властиві такі ознаки, як односпрямованість (монолог не розрахований на реакцію-відповідь уголос); зв'язність (виражається у цілісності думки та композиційно-смісловій єдності продукту мовлення); тематичність (співвіднесеність висловлювання з певною загальною темою). Комунікативно-смістова організація монологу підпорядковується одній загальній темі (макротемі), яка складається з підтем (мікротем); відносно безперервний спосіб мовлення (монолог, як правило, не обмежується одним висловлюванням і триває певний час); логічність (відповідність структури мовлення законам логіки та мислення, відношенням і зв'язкам реальної дійсності) та послідовність (логічна зв'язність думок).

Монологічне мовлення в мовному аспекті. У цьому плані монолог характеризується структурною завершеністю речень, відносною повнотою висловлювань, розгорнутістю та різноструктурністю фраз.

Специфічні мовні категорії монологу — «когезія» («зв'язність») та «когеренція» («цілісність»). Когезія — це формально-граматична зв'язність тексту, яка визначається різними типами мовних відношень між реченнями-висловлюваннями. У класичній праці про когезію тексту британського мовознавця Майкла-Александера-Кірквуда Холлідея та австралійської лінгвістки Рукайї Хасан виокремлено такі аспекти відношень:

а) вказівна, особова референція: Помийте та обчистіть шість яблук. Поріжте ці яблука та покладіть їх до каструлі;

б) сполучники та інші конектори (з'єднувальні одиниці): і, а також, але, проте, більше того тощо;

в) лексична когезія (повтори): Наполеон був великим полководцем. Переможець битви під Маренго дуже пишався своєю репутацією. Бонапарт також відомий своєю звичкою тримати руку на животі. Вважають, що проблеми імператора зі шлунком є причиною його улюбленої пози.

Когеренція охоплює не лише формально-граматичні аспекти зв'язку висловлювань, як когезія, а й семантико-прагматичні (тематичні та функціональні) аспекти смислової зв'язності (цілісності) тексту, серед яких виокремлюють:

тема-рематичну зв'язність (компонент інформаційно-комунікативної структури тексту, який забезпечує зв'язок між відомим та новим у процесі його розгортання);

експлікатури (експліцитно виражені значення та смисл у висловленнях відповідно до наміру автора) та імплікатури (небуквальні аспекти значення та смислу, які не визначаються безпосередньо конвенціональною структурою мовних одиниць (мовним кодом); те, про що натякається);

інференції (вивідні знання, до яких вдаються (додумують) слухачі, позбавлені безпосереднього доступу до процесів породження мовлення мовцем у його свідомості);

пресупозиції (сміслові компоненти висловлень, істинність яких необхідна для того, щоб вони були несемантично аномальними, а доцільними у певному контексті).

Оволодіння монологічним висловлюванням мовцями відбувається цілеспрямовано (у процесі навчання), у той час як діалог освоюють спонтанно. Однією з перших наук вивчати проблеми побудови монологу почала риторика — наука про красномовство або наука переконання.

Класична риторика виокремлює п'ять елементів, з яких складається підготовка публічної промови (Л. Мацько, О. Мацько):

інвенція — етап задуму, намірів, ідей формулювання гіпотези майбутнього виступу;

диспозиція — формулювання основних понять про предмет виступу, визначення правил оперування поняттями;

елокуція — етап розкриття законів мовного вираження предмета спілкування. Підрозділом елокуції є елоквенція, або красномовність (знання про тропи, риторичні фігури);

меморія — етап запам'ятовування змісту промови, тренування пам'яті;

акція — зовнішня і внутрішня підготовка оратора до виступу. На цьому етапі під час виголошення промови має реалізуватися вся тривала попередня підготовка оратора.

Монолог суттєво відрізняється від діалогу складнішим характером лінгвістичних одиниць (лексичних, синтаксичних, інтонаційних), розгорнутістю, меншим використанням немовленнєвої інформації (замість того щоб вказати на предмет, у монологічному мовленні його слід назвати або описати, якщо він не відомий слухачам), більшою довільністю та меншою залежністю від співрозмовника.

Лекція №6

Тема: Комуниканти як суб'єкти комунікації

План

1. Підходи до вивчення мовної особистості як основного суб'єкта комунікації.
2. Структура мовної особистості як учасника комунікативного процесу.
 - 2.1 Комунікативна складова мовної особистості.
 - 2.2 Соціометрична складова.
 - 2.3 Психологічна складова.

Ключові слова: комуніканти, мовна особистість, вербальна, невербальна комунікація.

Мета: розглянути комунікативну складову мовної особистості, проаналізувати мовну й комунікативну компетенцію комунікантів, виховати культуру поведінки під час спілкування; створити атмосферу емоційного підйому; викликати почуття гордості, інтересу, відповідальності, співпереживання, співчуття, радості поваги; виховувати зацікавленість дисципліною, прагнення отримувати нові знання самостійно.

Завдання:

- ознайомити студентів із підходами до вивчення мовної особистості;
- розкрити зміст поняття повідомлення як знакової форми мовленнєвого спілкування і встановити закони організації мовного коду та інформаційного масиву комунікації;
- ознайомити студентів із сучасними тенденціями розвитку масової комунікації.
- надати рекомендації щодо успішності, ефективності проведення комунікації, її планування й контролю.

Література:

1. Семенюк О. А., Паращук В. Ю. Основи теорії мовної комунікації // Навчальний посібник. – 2010. – С. 54–74.
2. Селіванова О.О. Основи теорії мовної комунікації: підручник. – Черкаси: Видавництво Чабаненко Ю.А., 2011. – С. 100–126.

Запитання:

1. Що входить у поняття «комунікативні складові мовної особистості»?
2. Як психологія розглядає поняття «особистість»?
3. Особливості вивчення поняття «мовна особистість» у сучасному мовознавстві.
4. Підходи до вивчення мовної особистості як основного суб'єкта комунікації.

У сучасній мовознавчій науковій парадигмі особистість постає переважно на іпостасях «людина, яка говорить», «комунікативна особистість», «мовна особистість», «мовленнєва особистість».

Сучасна антропоцентрична парадигма ставить у центр дослідницької уваги основний суб'єкт комунікації – homo loquens. Комунікація охоплює намір кожного комуніканта виразити Себе, власне Я, визнання Іншими цього наміру, організацію дій (індивідуальних актів) та взаємодію (соціальну інтеракцію) відповідно до цих взаємоспрямованих інтенцій. Інтелект людини, як і її сама, неможливо уявити поза мовою та здатність породжувати та сприймати мовлення.

Homo loquens вступає в комунікацію не як глобальна особистість, у якій поєднано всі його складники, а як особистість «параметризована», що виявляє в акті мовлення одну зі своїх соціальних функцій або психологічних аспектів, у зв'язку з якими їй слід інтерпретувати її висловлювання. Відтак доцільно розглядати комуніканта як парадигму особистостей та рівнів яким властиві комунікативно-мовні підсистеми й відповідні комунікативній й метакомунікативній оргресурси, що взаємодіють із такими самими підсистемами партнера-комуніканта залежно від соціальних функцій спілкування.

У психологічній науці не існує загальноприйнятого визначення природи особистості. Епоху активного наукового вивчення проблем особистості можна умовно поділити на два етапи. Перший охоплює період з кінця ХІХ до середини ХХ ст. і приблизно збігається з періодом становлення класичної психології. У цей час були сформульовані фундаментальні положення про особистість, закладені основні напрями дослідження психологічних особливостей особистості. Другий етап досліджень проблем особистості розпочався у другій половині ХХ ст.

Особистість, безумовно, є об'єктом психологічного дослідження, але об'єктом специфічним. І головна специфіка полягає навіть не у складності, а в тому, що це об'єкт, здатний до власних, вільних дій (ознака "активність"). Тобто, особистість, виступаючи об'єктом вивчення (або впливу), водночас існує і як суб'єкт, що дуже ускладнює проблему розуміння її психології, але лише ускладнює, а не робить безнадійною.

В 1923 році Зигмунд Фрейд сформулював теорію функціонування психіки в термінах її структурної організації. Психічні функції було сгруповано згідно з тією роллю, яку вони відігравали у внутрішньому психічному конфлікті. Фрейд виділив три основних структури психіки: Воно (Ід), Я (Его) та Над-Я (Супер-Его).

Ід (Воно) — примітивні, інстинктивні й уроджені аспекти особистості (сон, їжа, дефекація, копуляція). Ід наповняє наше поведження енергією. Ід має своє центральне значення для індивідуума протягом усього життя, воно не має ніяких обмежень, воно хаотичне. Будучи вихідною структурою психіки, Ід виражає первинний принцип усього людського життя — негайну розрядку психічної енергії, стримування якої приводить до напруги в особистісному функціонуванні. Ця розрядка одержала назву принцип задоволення. Підкоряючись цьому принципу і не знаючи страху чи тривоги, Ід може становити небезпеку для індивідуума і суспільства. Також «Воно» відіграє роль посередника між соматичними і психічними процесами.

Его (Я) — це компонент психічного апарата, відповідальний за прийняття рішень. З метою перетворення і реалізації потреб у соціально прийнятному контексті, Его черпає з Ід частину енергії, забезпечуючи безпеку і самозбереження організму. Воно використовує стратегії осмислення і сприйняття у своєму прагненні задовольняти бажання і потреби «Воно». Его у своїх проявах керується принципом реальності, мета якого — збереження цілісності організму шляхом відтермінування задоволення до виникнення можливості його розрядки або відповідних умов зовнішнього

середовища. Его було названо Фройдом вторинним процесом. Звільнення деякої кількості енергії Его для вирішення проблем на вищому рівні психіки є однією з основних цілей психоаналітичної терапії.

Супер-Его — останній компонент особистості, що розвивається, функціонально визначаючи систему цінностей, норм і етики, розумно сумісних з тими, що прийнято в оточенні індивідуума. Будучи морально-етичною силою особистості, Супер-Его є наслідком тривалої залежності від батьків. Далі функцію розвитку бере соціум (школа, однолітки і т. д.). Суперего підрозділяється на дві підсистеми: сумління і Его-ідеал. Сумління здобувається за допомогою батьківських покарань. Воно включає здатність до критичної самооцінки, наявність моральних заборон і виникнення почуття провини в дитини. Заохочувальний аспект Супер-Его — Его-ідеал. Він формується з позитивних оцінок батьків і призводить індивідуума до встановлення для себе високих стандартів. Супер-Его вважається цілком сформованим, коли батьківський контроль замінюється на самоконтроль. Важливо відзначити — принцип самоконтролю не служить принципу реальності: Супер-Его направляє людину до досконалості в думках, словах і вчинках, намагаючись переконати его в перевазі ідеалістичних ідей над реалістичними.

Інтерес до людини, як мовної особистості втілюється в численних підходах до її вивчення та інтерпретації в сучасному мовознавстві. Термін «мовна особистість» у 1987 році був уведений до наукового обігу російським мовознавцем Юрієм Карауловим, хоча саме поняття вперше використав російський літературознавець і лінгвіст Віктор Виноградов, однак перше звернення до цього терміна пов'язують із дослідженнями німецького вченого Лео Вейсгербера. Як член певної національно-лінгвокультурної спільноти індивід засвоює її суспільну свідомість, при цьому мова є одним із найпотужніших засобів соціалізації.

Мовна особистість - це узагальнений образ носія мовної свідомості, національної мовної картини світу, мовних знань, умінь і навичок, мовних

здатностей і здібностей, мовної культури і смаку, мовних традицій і мовної моди.

У російському мовознавстві шляхи дослідження мовної особистості розробляли Виноградов, Леонтьєв, Богін, Караулов, який запропонував риняву модель мовної особистості з орієнтацією на художній текст.

Нині поняття «мовна особистість» поширене у мовознавстві і його вивчають як систему особистісних феноменів, мовну та мовленнєву особистість, етносемантичну особистість, елітарну мовну особистість, мовну особистість східних та західних культур, словникову мовну особистість. Досліджують менталітет та дискурсивні властивості мовної особистості. Однак, не зважаючи на поширеність цього поняття у працях дослідників, дотепер немає єдиного узагальнення й осмислення різних його розумінь, а також комплексу характеристик мовця як учасника комунікативного процесу.

2. Структура мовної особистості як учасника комунікативного процесу.

Ното *loguens* майже ніколи не говорить без мети і, як правило, спрямовує своє повідомлення іншому, тобто є учасником комунікативного процесу. Структура *homo loguens* як учасника комунікативного процесу охоплює комунікативну, соціометричну, психологічну, мовну, мовленнєву складові. Крім цього, кожна лівгокультура має власний ідіоетнічний комунікативний ідеал, вплив якого найбільшою мірою есплікується при міжмовному спілкуванні. Отже, слід також виокремити національно-культурну складову поняття «комуні кант».

2.1 Комунікативні складова мовної особистості.

Найважливішим компонентом особистості є комунікативна складова, адже комунікація становить 80% усього існування людини. Вона охоплює комунікативну роль, комунікативний статус, комунікативну позицію, комунікативний тип.

Комунікативна роль характеризує функцію комуніканта відповідно до продукції або рецепції продукту. З комунікативною роль пов'язані кодування та декодування вербального повідомлення.

Комунікативний статус – це обсяг повноважень, якими володіє комунікант щодо регулювання та припинення вербального контакту та реалізації мовленнєвих дій.

Комунікативна позиція – визначає ставлення мовця до мовленнєвого продукту, який транслюється під час вербальної взаємодії.

Комунікативний тип – це сукупність ознак, що характеризують стиль користування мовним кодом, а також комунікативна складова паспорта комуніканта.

2.2 Соціометрична складова.

У структурі *homo loguens* соціометричну складову пов'язана із соціальним статусом мовця, під яким розуміються становище індивіда в соціальній системі, що включає його права та обов'язки і пов'язані з ними очікування поведінки.

Статусна роль охоплює стандарти поведінки, що визначаються антропологічними характеристиками, які комунікант отримує від народження: стать, етнічна приналежність, вік. Позиційна роль уособлює стандарти поведінки, яких комунікант набуває внаслідок соціалізації та участі в професійній діяльності: пенсіонер, лікар. Ситуаційна роль – це фіксовані стандарти поведінки в певних комунікативних ситуаціях.

Соціометрична складова комунікативного паспорта включає характеристики комунікативно-мовної діяльності комуніканта.

Соціальні характеристики комунікантів впливають на вибір теми спілкування, мовних засобів.

Отже, соціометричну складову *homo loguens* охоплює особливості мовленнєвої діяльності мовця, що корелюють із його соціальними характеристиками.

2.3 Психологічна складова.

Е. Берн помітив, що кожна людина в різних ситуаціях займає різні позиції відносно одна одної, що знаходить своє відображення у взаємодії (трансакціях). Основними позиціями при цьому є три, котрі умовно були названі Е. Берном: Батько, Дорослий і Дитина (Дитя). Надалі скорочено ми них будемо позначати відповідно буквами: Б, Др і Дт.

Поведінкові характеристики основних трансакцій

- Батько (Б) – вимагає, оцінює (засуджує і схвалює), навчає, керує, піклується і т.п. (Піди і зроби..., Ти зобов'язаний..., Ти не повинен..., Не дозволяється)

- Дорослий (Др) – працює з інформацією, розмірковує, аналізує, уточнює ситуацію, розмовляє на рівних, апелює до розуму, логіки і т.п. (Характерні фрази: Що ми знаємо про цей предмет?, Останні дані вказують на ..., тому я пропоную..)

- Дитина (Дт) – виявляє почуття (образи, страху, провини і т.п.), підкоряється, пустує, виявляє безпорадність, задає питання: «Чому я?», «За що мене покарали?», перепрошує у відповідь на зауваження і т.п. (користується такими словами: Давайте..., Я хочу..., Як чудово...)

Трансакції, що склалися в процесі МОВ, поділяються на такі типи:

- Додаткові трансакції – це такі взаємодії людей, коли у відповідь на ваші дії партнер реагує саме так, як ви хотіли та очікували. Такі трансакції складаються, якщо кожен із партнерів знаходиться на одному рівні (Батько–Батько, Дорослий – Дорослий чи Дитина – Дитина)

Проте трансакція може бути додатковою і при спілкуванні партнерів, які знаходяться на різних позиціях. Це стосується тих випадків, коли лінії трансакції не перетинаються (Батько–Дитина, Дитина–Батько)

Трансакції, що перетинаються, – це ситуація, в якій в процесі взаємодії відповідна реакція суб'єкта МОВ на стимул не є бажаною та очікуваною. Проте слід зазначити, що трансакції, які перетинаються, бувають і корисними.

Лекція 7

Тема. Основні форми вербальної комунікації. Ефективність вербальної комунікації

План

1. Основи ефективної комунікації.
2. Загальні принципи спілкування.
3. Ефективна професійна комунікація.

Ключові слова: комунікація, вербальна, невербальна, принципи спілкування, паралінгвістичні засоби, аперцепція

Мета: створити атмосферу емоційного підйому; викликати почуття гордості, інтересу, відповідальності, співпереживання, співчуття, радості поваги; виховувати зацікавленість дисципліною, прагнення отримувати нові знання самостійно.

Література

1. Селіванова О.О. Основи теорії мовної комунікації: підручник. – Черкаси: Видавництво Чабаненко Ю.А., 2011. – С. С. 30-34.
2. Ковалевська Т.Ю., Бронікова С.А. Основи ефективної комунікації: Навчальний посібник. – О.: Фенікс, 2008. – С. 5-104.

Види вербальних засобів комунікації

Універсальним знаряддям міжособистісної взаємодії (у педагогічній практиці — вчителя з колегами, керівниками, учнями, їх батьками) є вербальна комунікація.

Вербальна (лат. *verbalis*, від *verbum* — слово) комунікація (лат. *communicatio* — зв'язок, повідомлення) — процес взаємообміну інформацією за допомогою мови (усної, писемної, внутрішньої), який відбувається за своїми внутрішніми законами, вимагає активної розумової діяльності та ґрунтується на певній системі усталених норм.

Вербальні засоби комунікації утворюють знакову систему, найменшою предметно-значущою одиницею якої є слово (вислів), поєднане з іншими

словами за правилами цієї самої знакової системи. У своїй сукупності слова, вислови є засобом розуміння думки того, хто говорить, й одночасно — засобом аперцепції (сприйняття на основі свого життєвого досвіду) змісту його думки.

У своїй комунікативній практиці людина здійснює внутрішнє і зовнішнє мовлення, які становлять певну єдність, що не виключає специфічності кожної з форм мовленнєвої діяльності. Своєрідним його видом є дактильне мовлення — ручна абетка, яка замінює усне мовлення під час спілкування глухих людей між собою та особами, знайомими з дактилологією (спілкуванням глухонімих з допомогою пальців рук). Дактильні знаки замінюють букви.

Зовнішнє мовлення поділяють на усне (звукове) і писемне, які різняться за формою, способом використання мови як системи, механізмами породження і сприймання. Відмінність між ними переважно функціональна.

Усне мовлення — засіб безпосередньої комунікації в присутності обох мовців чи обох сторін, яка відбувається завдяки сприйманій органами слуху артикуляції мовних звуків і розрахована на передавання інформації іншим людям з метою впливу на їхню поведінку й діяльність.

Усне мовлення може відбуватися і за перебування співрозмовників на значній відстані один від одного (за допомогою технічних засобів). У зв'язку з цим за ситуативними ознаками його поділяють на прямо-контактне (виступи, доповіді, лекції, розповіді та ін.) і опосередковано-контактне (монологічне мовлення по радіо, телебаченню, комунікація у комп'ютерних мережах). Писемне мовлення — засіб комунікації між людьми, які перебувають чи перебували в різних обставинах, у різних місцях, живуть або жили в різні історичні періоди, через умовне відображення цих звуків на письмі.

Кожна із форм мовлення має свої переваги, що не дає змоги вважати жодну з них багатшою чи виразнішою. Попри спільний основний словниковий склад і граматичну будову, їх використовують по-різному.

Зовнішнє усне мовлення ситуативне (полегшуючий фактор). Співрозмовники розуміють один одного не тільки тому, що вони вичерпно і точно висловлюють свої думки, а й завдяки перебуванню в одній ситуації, можливості оцінити вплив своїх слів. Наприклад, учитель, помітивши, що учні його не розуміють, може повторити сказане, перефразувати свою думку, навести додатковий приклад.

На вираження і сприйняття усного мовлення впливають паралінгвістичні засоби комунікації (білямовні — рухи тіла, просторове розміщення співбесідників) й екстралінгвістичні (позамовні — погляд, інтонація). Вони можуть спрямовувати мовлення, переводити його з однієї теми на іншу (погляд на цікавий предмет може започаткувати нову розмову; залежно від ситуації слово сприймається як офіційна, авторитетна інформація або як дотеп чи образа). Інтонуючи свій голос, учитель виокремлює найзначущішу інформацію, смисловий центр повідомлення, збуджує увагу учнів або розслабляє її, демонструє зацікавленість чи байдужість до всього, що відбувається у класі. Спрямований погляд на учня під час його відповіді свідчить про увагу до нього, зацікавленість у ньому, а відведений убік чи самозаглиблений може спонукати учня до думки про байдужість до нього.

Монологічне усне мовлення має і деякі діалогічні ознаки, оскільки будь-яке висловлення, яким би монологічним воно не видавалось, є лише моментом безперервного мовленнєвого спілкування. Будь-який мовленнєвий акт (книга, рецензія, текст) орієнтований на попередні і майбутні тексти, вступає з ними у великий діалог: на щось відповідає, з чимось погоджується, передбачає можливі відповіді і заперечення, шукає підтримки, підтвердження та ін.

Усне мовлення вимагає від учителя володіння багатьма комунікативними вміннями. За допомогою слова, зв'язного мовлення, тексту він повинен ефективно передавати інформацію, організовувати учнів на сприймання, запам'ятовування і відтворення матеріалу. У цій справі йому необхідно використовувати різні засоби мови, володіти словниковим

багатством професійно спрямованої мови, дотримуватися норм вимови і наголошування слів; реалізовувати нормативи літературної мови у межах педагогічної комунікації; добирати оптимальні мовні й мовленнєві засоби із загальнонаціонального арсеналу мови відповідно до потреб висловлювання; обирати доцільні функціональні стилі мовлення; оформляти усне й писемне педагогічне мовлення відповідно до сучасних літературних норм. Учитель має реалізовувати основні різновиди мовлення у професійно-педагогічній комунікації (використовувати особливості усного професійного мовлення для передавання інформації, впливу на поведінку й діяльність суб'єкта комунікації; реалізовувати монолог і діалог у різних формах усного мовлення; передавати професійно-орієнтовану інформацію за допомогою писемного мовлення; вести педагогічну документацію засобами писемного мовлення; моделювати зовнішнє мовлення — обдумування, планування, регулювання діяльності — засобами внутрішнього діалогу).

Писемне мовлення адресується суб'єкту комунікації і розраховане на зорове сприйняття. Його мета полягає в точному передаванні і сприйнятті висловлення, особливість — у переважному вживанні непрямой мови. До прямої мови звертаються за потреби дослівно чи майже дослівно передати текст (цитування розпорядчих і законодавчих документів).

У своєму писемному мовленні вчитель повинен обґрунтовано використовувати мовні засоби, дотримуватися літературних і стильових норм, дбати про грамотність і чіткість зображення букв, знаків, упорядкованість нотаток. Викладаючи власні думки на письмі, він може кілька разів повертатись до написаного, виправляти, перефразувати, доповнювати, досконало добирати слова.

Однак суттєво обмеженими є інтонаційні можливості писемного мовлення, бо жодна орфографія, спеціальні позначення (знаки питання й оклику, підкреслення, лапки тощо) не здатні передати інтонаційного багатства, яким наділене усне мовлення.

Процес писемного мовлення пов'язаний зі значними розумовими діями: придумуванням, проектуванням речення й одночасним підбором різних варіантів комбінування слів, вибором синонімів, антонімів. Використовуючи писемне мовлення як засіб комунікації, учитель має усвідомлювати, що написаний ним текст буде прочитаний колегами, учнями, батьками та ін. Тому він повинен так організувати свій текст, щоб читач міг максимально пізнати зміст написаного, заглибитися в нього, зрозуміти його загальний пафос, основні смисли, підійти до потрібних для нього висновків.

Досягти цього можна, знаючи суть, психологічні особливості такого складного процесу, яким є читання — сприйняття й смислового оброблення (розуміння) писемного мовлення. Тобто читання є комунікативним процесом, головні суб'єкти якого — автор і читач.

Текст є ланкою в діалогічному ланцюгу, його істинна сутність завжди розвивається на рубежі двох свідомостей, двох суб'єктів. Тому, читаючи й аналізуючи його, необхідно виокремлювати мовні засоби, що здійснюють взаємозв'язок різних його смислів, виявляти діалогічні відношення в ньому (абзаци за багатьма ознаками подібні до реплік діалогу). Головна мета читання: отримати загальне уявлення про зміст написаного, коло питань, що висвітлюються в тексті, шляхи їх розв'язання, максимально зрозуміти інформацію, якою насичений текст.

Будь-який текст, як правило, розрахований на активне розуміння його читачем. Розуміння перебуває в таких відношеннях з текстом, як відповідь із запитанням у діалозі. Тому важливо вичленити в тексті мовні засоби, спрямовані автором на те, щоб зробити своє мовлення зрозумілим для адресата.

Усне і писемне мовлення мають спільні і тільки їм притаманні елементи. За способом організації мовного матеріалу не все написане є писемним мовленням і не все почуте є мовленням усним. Так, зафіксоване на магнітній стрічці і перенесене потім на папір усне мовлення по суті залишається усним,

хоч і занотованим. І навпаки, “озвучений” як усний монолог писемний текст не стане повноцінним усним мовленням.

Усне мовлення ситуативне, писемне — контекстне, проте це не означає, що в писемному мовленні немає елементів ситуативності, а в усному — контексту. У писемному мовленні може бути докладно описана ситуація, в якій воно відбувається, а в усному — основний зміст може бути зрозумілим не з ситуації, а з контексту, слів і фраз, якими обмінюються співбесідники. Усне мовлення, як і писемне, може бути заздалегідь підготовленим і спланованим (учитель наперед обдумує виступ, планує його, формулює про себе його перші фрази). Однак оформлення виступу за всіма вимогами писемного викладу думок перетворить його на звичайне озвучення писемного мовлення (читання написаного). Крім того, усне мовлення насичене інтонацією, супроводжується паузами, мімікою і жестами, у процесі його відбувається виправлення тексту (застосовується варіативність мовних елементів). Отже, усне мовлення твориться і відтворюється у словесному, інтонаційному і візуальному (міміка, жести) виявах. Писемному мовленню інтонація, міміка, жести не властиві.

Обидва види мовлення розвиваються на взаємних основах (усне не тільки є основою розвитку писемного, а й розвивається на його основі; зберігаючи свою специфіку, усне мовлення багатьма своїми компонентами зближується з писемним; елементи обох видів мовлення у процесі взаємовпливу починають або співіснувати, або взаємно перебудовуватися, синтезуватися, але їх специфічні особливості при цьому не зникають). Навіть найдосвідченіші педагоги не завжди однаково досконало володіють усним і писемним мовленням: не всі майстри пера добрі оратори, не всі оратори добрі письменники.

Внутрішнє мовлення

Мовленнєва діяльність людини не обмежується власне мовленням, суттєвим її елементом є внутрішнє мовлення. Воно закрите і недоступне для інших осіб, втілюється в словесну оболонку, як і зовнішнє. Може відбуватися

з використанням скороченого, стислого, згорнутого виразу, речень. Як правило, воно зрозуміле для людини, яка до нього вдалася, і не завжди — для інших.

Внутрішнє мовлення — внутрішній, незвуковий тип звертання особи до себе чи до уявного співрозмовника; особливий внутрішній план мовлення, більш глибокий, ніж семантичний; механізм мовного мислення; живий процес народження думки в слові.

У процесі переходу від внутрішнього мовлення до зовнішнього відбувається “переструктурування мовлення”. У мовленнєвій комунікативній практиці внутрішнє мовлення забезпечує підготовку зовнішнього мовлення (обдумування, планування, постановка й розв’язання у свідомості мовця різноманітних пізнавальних завдань), сприйняття мовлення співрозмовника, внутрішній діалог (“розмова” із собою), спогади, роздуми, мрії, регуляцію поведінки, опрацювання отриманої інформації. Будучи складною єдністю біологічного і соціального досвіду людини, воно є й одним із важливих засобів і механізмів її психічної діяльності, “пусковим механізмом” довільних дій, свідомої регуляції зовнішньої і внутрішньої поведінки. Відбувається внутрішнє мовлення значно швидше за зовнішнє, за структурою воно більш фрагментарне, згорнуте, іноді навіть схематичне.

У процесі внутрішнього мовлення визріває конкретна форма спілкування, в т. ч. і педагогічного. Долаючи опір “чужого” “моєму”, осмислюючи, уречевлюючи “чуже” “моїм”, педагог у їх змаганні відтворює прихований діалог з учнем. Такий діалог стає можливим унаслідок взаємодії двох різноспрямованих логік. Це дає педагогу змогу розглянути свої відносини з учнем як одну із форм психологічного впливу, характер якого залежить від організації матеріалу і особливостей активного діалогічного контакту з учнем.

Внутрішнє мовлення оперує не тільки словами, словесними елементами, а й образами, наочними схемами, простими символами, які сприяють реалізації задуму мовця у цілісному мовному тексті. Як вид професійно-

педагогічної комунікації “я о Я” (рис. 2.3) внутрішні діалоги можуть трансформуватися у зовнішні, що виявляється в обговоренні та розв'язанні окремих аспектів організації навчально-виховного процесу.

Повноцінне внутрішнє мовлення неможливе без рефлексії — психічного процесу, спрямованого на пізнання людиною себе (поведінки, дій, вчинків, психічних станів, почуттів, здібностей, характеру тощо). Вона є невід'ємною складовою практичного мислення вчителя, забезпечуючи йому адекватне сприйняття себе та учнів. Рефлексивна діяльність має супроводжувати всю комунікаційну діяльність педагога, передбачаючи взаємне вислуховування, послуговування ціннісними набутками, переживання. Завдяки їй суб'єкт комунікації має змогу прогнозувати процес комунікації, передбачити його наслідки, своєчасно скоригувати його.

Невербальні засоби професійно-педагогічної комунікації

Невербальна комунікація передбачає обмін не оформленими у слово повідомленнями між людьми, а також їх інтерпретацію. Засоби невербальної комунікації (зовнішній вигляд, пантоміміка, міміка, контакт очей, міжособистісний простір тощо) є носіями професійно й особистісно значущої інформації. Використання і розуміння вчителем невербальних засобів допомагає істотно підвищити ефективність взаємодії, обміну інформацією.

Сутність і засоби невербальної комунікації

Спілкування є складним, багатоплановим процесом, у якому, крім слів, для обміну інформацією використовуються різноманітні засоби — постава тіла, жести, міміка, інтонація, погляд. Впливають на нього просторове розміщення партнерів, навіть їхні манери одягатися тощо. Усі ці засоби передавання інформації належать до невербальної комунікації.

Невербальна комунікація — процес взаємообміну інформацією шляхом використання для передавання повідомлень невербальних (немовних) засобів комунікації.

Соціально і психофізіологічно вмотивоване використання невербальних засобів комунікації виражає загальнокультурний досвід, індивідуальні

особливості особистості, оптимізує передавання, сприймання й розуміння інформації. Істотну роль воно відіграє в комунікації вчителя, оскільки різні засоби невербальної комунікації (жест, міміка, поза, погляд, дистанція та ін.) є іноді виразнішими і дієвішими носіями інформації, ніж слова. Доповнюючи мову, невербальна комунікація допомагає правильно і вичерпно передавати, адекватно сприймати думки. Відбувається вона, як правило, неусвідомлено, мимовільно, хоч за певної самоорганізації особистості її можна контролювати.

Невербальна комунікація істотно впливає на взаємини, визначає емоційну атмосферу, самопочуття співрозмовників. За твердженнями психологів, 60—80% комунікації відбувається з використанням невербальних засобів, значущість у спілкуванні міміки, жестів становить 55%, інтонації — 38%, слів — 7%, більше 90% інформації у перші секунди спілкування передається невербальними засобами.

Використовувані в невербальній комунікації засоби мають індивідуальний характер, залежать від індивідуально-психологічних особливостей, соціального середовища, національної належності особистості. Кількість та інтенсивність їх застосування, дотримання норм етикету залежать і від віку, типу темпераменту людини. Необгрунтоване послуговування невербальними засобами ускладнює спілкування, оскільки більшість із них багатозначні (уточнення їх можливе за умови врахування слів, наголосів, настрою та ін.), часто ускладнюють сприйняття і розуміння інформації (інтенсивна кінетична діяльність комунікатора відвертає увагу слухача). Крім того, під час спілкування різномовних партнерів неадекватне використання невербальних засобів може спричинити перекручування інформації (однакові жести в різних культурах мають різне або протилежне значення).

До засобів невербальної комунікації належать:

1. Мова тіла: а) статична експресія — фізіогноміка (експресія обличчя і фігури будовою тіла); арт-ефекти (прикраси, манера одягатися, зачіска,

косметика); запахи (природні, штучні); б) динамічна експресія — текесика (дотики, потиски рук, поплескування); просодика (тембр, висота, гучність, темп мовлення, особливості наголошування, акцент голосу); екстралінгвістика (паузи, покашлювання, сміх, позіхання, плач); кінесика (комунікативно значущі рухи: міміка, жести, пантоміміка, постава, поза, хода; контакт очей: спрямованість, частота контакту, тривалість); авербальні дії (дії з предметами, тілесні рухи — почісування, потирання рук).

2. Міжособистісний простір: дистанція; взаємне розміщення під час спілкування.

3. Часові характеристики: тривалість спілкування; пунктуальність партнерів; своєчасність дій.

Не всі ці засоби рівнозначні, проте кожен з них легко прочитується учнями, підсилює або нейтралізує враження від слів і дій педагога. У професійно-педагогічній комунікації важливо вміти цілеспрямовано паралельно використовувати вербальні і невербальні засоби. Завдяки цьому забезпечується адекватне передавання, сприйняття й усвідомлення інформації, розкриття особистості мовця і слухача.

Невербальний канал комунікації наділений специфічними способами кодування (передавання) і декодування (сприйняття) інформації. Функціональна незалежність невербального компонента пов'язана з функціональною асиметрією головного мозку у процесі сприйняття мови і в механізмах її породження. Але за всієї незалежності вербальний і невербальний компоненти діють під час комунікації комплексно (є комплексним засобом самореалізації особистості).

Педагог, самовизначаючись щодо можливостей кодування невербальної поведінки, має визнавати унікальність невербальної мови, наявність суперечностей між невербальний виразом і його психологічним змістом, змінюваність засобів невербального спілкування. Якість інформації залежить від умінь людини адекватно виражати свої переживання, сформованості навичок кодування різних підструктур невербальної поведінки, професійної

установки на неї як специфічну знакову систему. За такого трактування невербального коду та його інтерпретації більшість компонентів невербальної поведінки особистості, невербальних інтеракцій, їх опис можуть стати базою для навчання кодування-інтерпретації внаслідок ставлення до них як до кодів-патернів (усталених зразків поведінки), психологічне значення яких змінюється відповідно до зміни співвідношення рухів, їх спрямованості, інтенсивності вираження, місця у системі цілісної невербальної поведінки особистості.

Оволодінню майстерністю кодування-інтерпретації невербальної поведінки має передувати бачення її як найважливішого джерела інформації про внутрішній світ особистості, що розкриває підсвідомі, неконтрольовані її сторони. Не менш важлива довіра до невербальної поведінки як до поліфункціональної системи спілкування, що надає різноманітну інформацію про особистість, групу; ставлення до інтерпретації невербальної поведінки як до творчого мисленнєвого процесу, орієнтованого на виявлення і реконструкцію не завжди очевидних психологічних і соціально-психологічних його значень, на встановлення зв'язків між ним і соціально-психологічними характеристиками особистості та групи тощо. Тому до кодування-інтерпретації невербальної поведінки необхідно ставитись як до складної комунікативної роботи.

Основними засобами невербальної комунікації вчителя є: зовнішній вигляд, пантоміміка, екстралінгвістичні та просодичні засоби, міміка, контакт очей (візуальний контакт), міжособистісний простір.

Екстралінгвістичні і просодичні засоби комунікації

Екстралінгвістичними (позамовними) засобами комунікації є паузи, покашлювання, сміх, позіхання, плач, просодичними — характеристика голосу, темп, тембр, висота, гучність, наголошування, акцент мовлення. Кожен із цих компонентів посвоєму впливає на сприйняття проголошеної інформації й особистості, яка цю інформацію доносить. Значний комунікативний потенціал має голос як інструмент спілкування, джерело

інформації, засіб впливу. Він наділений унікальними можливостями щодо передавання інформації, сигналів, не обмежених словесним змістом.

Педагог має знати матеріальну природу голосу, яким він користується, оволодіти способами звукоутворення і голосоведіння, пізнати основи наук, що займаються голосом: фонопедії (займається виправленням і удосконалюванням голосу), паралінгвістики (вивчає висоту голосу, зміни мелодики, сили, використання тембру, пауз тощо).

Людський голос є продуктом діяльності голосового апарату: голосових щілин (зв'язок), гортані, легень, порожнини рота (з усіма її складниками). Він здатний відтворювати всі звуки: тонові (голосні) і шумові. До 60—90% правильних суджень про людину, її внутрішній стан ґрунтується на вмінні розшифрувати характеристики голосу і манери говорити.

Залежно від звучання слово вчителя може сприйматись порізно, виражати найрізноманітніші відтінки у ставленні, поведінці, оцінках, почуттях. Наприклад, словом “так” можна виразити схвалення, задоволення, радість, роздратування, гнів, осуд тощо.

Швидкість мовлення свідчить про темперамент учителя. Якщо у людини надто швидкий темп мовлення, це означає, що вона або імпульсивна, жвава, впевнена у собі, або несмілива, невпевнена. Спокійна й повільна мова є ознакою вдумливості, поміркованості. Якщо темп поступово уповільнюється, це сигналізує, що людина втомилася, замислилася, втратила впевненість. Для досягнення переконливості сказаного, ефективного впливу на інших доцільно сповільнити свою мову, яка, однак, має звучати в межах природного діапазону свого голосу, в іншому разі можливий ефект нещирості.

Основними акустичними засобами передавання невербальної інформації є тембр голосу (амплітудно-частотний склад голосу), мелодика мови (зміна висоти голосу в часі), енергетичні характеристики голосу (сила), темпоритмічні засоби мови.

У комунікативній взаємодії вчителя з учнями багато залежить від тону мови, інтонації (сукупності звукових засобів, що організують мову), інтонаційної виразності мовлення (вираження почуттів і емоцій за допомогою голосу), ритміко-мелодійних аспектів мови (мелодії, ритму, інтенсивності, темпу, тембру, фразових і логічних наголосів). Інтонація виражає думки і почуття, супроводжуючи слово, а іноді — всупереч йому. Будучи не цілком контрольованим свідомістю “звуковим жестом”, вона часто несе достовірнішу інформацію про емоційний стан співрозмовника, ніж інші комунікативні засоби. Своєю енергетикою, іншими чинниками вона адресується підсвідомості, підкірковим структурам мозку.

Основними функціями інтонації є: доповнення, заміщення, передбачення мовного висловлення, регулювання мовного потоку, акцентування на повідомленні, економія мовного висловлення.

Інтонаційне багатство мовлення залежить від лексичного наповнення, синтаксичної побудови тексту. Інтонаційний спектр утворюють питальна, спонукальна, розповідна інтонація; інтонація запитання, відповіді, підтвердження, згоди, сумніву, заперечення, роздуму, беззастережної впевненості, інтимності, ласкавості, фамільярності, інтонація офіційності, оскарження, осуду, звинувачення тощо. Нерідко вона закладена в семантиці слова (пошепки, закричав, захекатись, збліднути, злякатись, байдуже, весело та ін.). Інтонація у деяких словах поліфункціональна, про що свідчать варіанти вимови слів: “Що?” (“Коли?”) — зі здивуванням, з острахом, погрозою, із зацікавленням; слова “Х-ха!” — з презирством, посмішкою, байдуже, зі здивуванням, із захопленням тощо. Інтонаційне багатство організовує і динаміку тексту, яка залежить від порядку слів, зв'язків на рівні складного синтаксичного цілого і від темпу мовлення.

За твердженням фахівців, інтонація дорослих може нести до 40% інформації, однак під час спілкування з дитиною її вплив посилюється. В інтонації виявляються переживання, що супроводжують мову вчителя. З неї учні отримують інформацію не тільки про зміст почутого, а й про ставлення

вчителя до нього. Тож мова вчителя має бути емоційно насиченою, враховувати водночас ситуацію спілкування, норми етики. Добираючи тон мовлення при розв'язанні педагогічних завдань, варто враховувати мету мовлення й інтереси співрозмовника. Цей фактор виявляється на момент мовленнєвої діяльності і не може бути змодельованим заздалегідь, оскільки лише реакція суб'єкта, на якого спрямоване мовлення, обумовлює його тон.

Засобами інтонаційної виразності є темп мовлення, паузи, логічні наголоси, вибір яких залежить від різних обставин.

Індивідуальними звичками людини, її характером, настроєм, темпераментом обумовлюється темп мовлення — швидкість вимови складів, слів, фраз. Позначається на ньому і мета, вікові та індивідуальні особливості аудиторії, специфіка навчального матеріалу, складність його змісту. Обираючи темп мовлення, вчитель має враховувати, що учням потрібно встигнути усвідомити інформацію (зіставити нове зі своїми знаннями і життєвим досвідом), запам'ятати основні положення, нові поняття. За експериментальними даними, оптимальним щодо цього є середній темп мовлення, виклад складного матеріалу вимагає порівняно уповільненого темпу мовлення, матеріалу, пов'язаного з життєвими асоціаціями, фактами, чуттєвим досвідом учнів, — порівняно прискореного темпу. Однак наслідком швидкого вимовляння є нерозбірливість слів. Погано сприймається і надто повільний темп, бо текст звучить не фразами, а окремими словами.

Мовлення вчителя має здійснюватися у темпі, який діти можуть сприймати без зусиль і напруги мислення. Добре, якщо вчитель володіє різними темпами, уникаючи одноманітності викладення матеріалу впродовж уроку. Однак не можна ділити фрази на окремі слова, оскільки це руйнує мелодійну єдність мовного такту. Слід враховувати й те, що мимовільна увага і правильне зіставлення учнями смислових акцентів забезпечуються контрастами (прискоренням — уповільненням) темпу. Для вмілого використання темпу мовлення вчителю необхідно добре володіти

артикуляцією. Якщо він затинається, ковтає слова або говорить надто швидко, аудиторії важко зрозуміти зміст сказаного ним.

Загострити увагу до найістотніших положень матеріалу можуть одна-дві фрази на іншу тему, вимовлені у швидкому темпі, пауза — тимчасова зупинка, перерва у мовленні, яка сприяє смислового уточненню змісту, розділяє мовленнєвий потік на частини, відіграючи значну роль у сприйманні та засвоєнні матеріалу. Мовлення педагога без пауз сприймається аудиторією приблизно так, як мовлення в швидкому темпі, проте надмірна їх кількість уповільнює його темп, знижує ефективність сприймання матеріалу.

Пауза може упорядкувати вислів, привернути увагу до найважливішої інформації. Доцільне щодо цього застосування логічних пауз (дають змогу обдумати наступну фразу) та організаційних (допомагають зосередитися, перейти від одного етапу спілкування до іншого, стимулюють мимовільну увагу).

Тривалі лекції, виступи, промови втомлюють, іноді дратують аудиторію, навіть можуть засмутити і розізлити так, що слухачі перестають слухати, починають протестувати. У такій ситуації можуть прислужитися правила театральної педагогіки: тримати паузу для контролювання уваги слухачів стільки, скільки це можливо.

Паузи є цінним компонентом у побутових розмовах. Вони свідчать про повагу до співрозмовника, вміння зосередитись на предметі розмови (зауваживши, що промова викликає протест, слід зупинитися, змінити її тему або припинити розмову взагалі). Нерідко пауза засвідчує відставання думки від мови або її відсутність у конкретній ситуації.

Кожна людина має потребу «виговоритись», щоб повідомити певну інформацію, побачити реакцію співрозмовника на неї, прийняти адекватне рішення. Тому під час спілкування варто частіше ставити запитання співрозмовникам, стимулювати у них бажання висловитися, розкритися, самореалізуватись у слові.

Між окремими словами можна робити незначні паузи, а між реченнями, фразами, окремими думками — триваліші інтервали, даючи змогу слухачам зосередитись. Важливо при цьому уникати зайвих звуків, невизначеності, заповнення пауз словами-паразитами.

На смислову структуру мовлення впливають і наголоси — виділення складу в слові, слова силою голосу, підвищенням тону; логічні наголоси — виділення в мові (реченнях) слів, які несуть більше смислове навантаження (підкреслюють смисл того, про що йдеться), силою голосу, підвищенням тону. Правильне використання логічних наголосів робить мовлення зрозумілим, точним, надмірна кількість їх збіднює мовлення, спричинює перекручення думки. Тому в роботі з текстом учитель, крім розв'язання інших завдань, повинен розвивати навички логічного наголошення слів.

Сприйняття, розуміння інтерпретації змісту висловлювань залежить від використання мовних тактів — цілісних за значенням і об'єднаних інтонаційно відрізків тексту (промови). Між мовними тактами робиться пауза. Читання за мовними тактами не тільки увиразнює фразу, а й спонукає до аналізу її змісту.

Слухання інформації з одночасним стеженням за обличчям мовця дає змогу не тільки повноцінно сприймати, розшифрувати почуте, а й розуміти, наскільки слова відповідають його думкам, позиції, реальній дійсності. Іноді обличчя людини виражає більше змісту, ніж сказане, є правдивішим за слова. Досягається цей ефект завдяки міміці.

Міміка (грец. *mimikos* — наслідувальний) — зовнішній прояв психічних станів, передусім емоційних, через сукупність координованих рухів м'язів обличчя; виражальні рухи м'язів обличчя.

Мімічні рухи та їх поєднання (вчені нараховують більше 20 000) допомагають педагогові виразити свій емоційний стан, ставлення до учнів, їхніх відповідей, учинків, продемонструвати інтерес, розуміння або байдужість тощо.

Надзвичайно рухлива міміка свідчить про жвавість і швидку змінюваність сприйняття вражень і внутрішніх переживань, про легку збудливість від зовнішніх подразників. Малорухлива міміка асоціюється зі спокоєм, надійністю.

Учні надають перевагу вчителям із доброзичливим виразом обличчя, високим рівнем зовнішньої емоційності, привабливою зовнішністю (“ореол красивості”), тобто з мімікою, що виражає позитивно забарвлені емоційні стани. Надмірна рухливість м'язів очей, обличчя, як і нежиттєва їх статичність, завдають серйозних проблем у спілкуванні з дітьми. Деякі вчителі створюють “спеціальний вираз обличчя” для впливу на дітей, надаючи суворого вигляду, нахмурюючи чоло, стискаючи губи, напружуючи нижню щелепу, або використовують “певне обличчя для певного учня”. З педагогічного погляду такий підхід не є бездоганим, оскільки спостережливі діти зауважать його штучність, що позначиться на довірливості стосунків із ними.

Міміка, підвищуючи емоційну значущість інформації, сприяє кращому її засвоєнню. Вона має відповідати характерові мовлення, взаємин: виражати впевненість, схвалення, осуд, невдоволення, радість, байдужість, зацікавленість, захоплення, обурення в багатьох їх варіантах.

У процесі мовлення людина по-різному використовує вираз обличчя, підсилюючи чи нейтралізуючи вплив слова, підтримуючи чи гальмуючи увагу слухача. Учителю слід знати можливості свого обличчя, навчитися користуватися виразним поглядом, уникати надмірної динамічності (“бігаючі очі”) і неживої статичності (“кам'яне обличчя”) м'язів обличчя.

Певні висновки про людину можна зробити, звернувши увагу на її брови: прямі або злегка підняті у горизонтальному положенні на малій відстані між ними вважають ознакою “інтелігентності”; дугоподібні або сильно опущені збоку вниз на значній відстані між ними — ознакою “неінтелігентності”.

Широкий діапазон почуттів виражають порухи брів, очі, погляд, усмішка.

Очі є особливим інформативним органом. Певну інформацію несе навіть їх колір. Цікаві дані щодо цього містить іридіодіагностика (грец. iris (iridos) — веселка і грец. diagnostics — здатний розпізнавати) — визначення за малюнком райдужної оболонки ока станів та особливостей індивіда. За спостереженням представників цієї галузі знань, у чорно- і карооких людей нервова система більш збудлива, ніж у людей з блакитними й сірими очима; блакитнооки більш схильні до неврологічних нездужань, проте найменш чутливі до болю. За кольором очей визначають риси характеру: діти з темними очима енергійніші, ініціативніші, неспокійніші, ніж із світлими. Дорослі з темно-блакитними очима — наполегливі, проте схильні до сентиментальності, легко піддаються настрою, довго пам'ятають образи, примхливі. Люди з темно-сірими очима вперті і сміливі, домагаються свого, незважаючи на труднощі, бувають запальні і злопам'ятні, надзвичайно ревниві, як правило, однолюби. Особи, наділені темно-карими очима, веселі, дотепні, запальні, однак легко заспокоюються, люблять гумор, комунікабельні; світло-карими — соромливі, схильні до самотності, мрійливі, важко переживають образи, працьовиті, старанні, на них можна покластися в усьому. Сині очі свідчать про романтичні схильності, егоїзм і зарозумілість. Люди з такими очима легко піддаються поривам і заспокоюються. Характерна їхня риса — правдивість. Люди з зеленими і сіро-зеленими очима мають сильну волю, наполегливо домагаються поставленої мети, старанні, але бувають жорстокими і незговірливими.

Своїм поглядом людина створює візуальний контакт або уникає його. Він тісно пов'язаний з мовленням. Засвоєні у дитинстві навички користування поглядом у комунікації протягом життя майже не змінюються. Жінки, як правило, використовують прямий погляд частіше, ніж чоловіки, вони більше дивляться на співрозмовника і довше не відводять очей. “Мова погляду” різноманітна: цілком відкриті очі вказують на високу

сприйнятливість почуттів і розуму, загальну жвавість; занадто відкриті (“витріщені”) — свідчать про оптичну прихильність до навколишнього світу; прикриті, “завішені” — про інертність, байдужість, зарозумілість, нудьгу або сильну втому; звужений або прищулений погляд — про пильне спостереження, в поєднанні з поглядом збоку — про підступність і хитрість; прямий — демонструє інтерес, довіру, відкритість, готовність до взаємодії; погляд збоку, кутиками очей — скепсис і недовіру; знизу при схиленій голові — вказує на агресивну готовність до дій або (при зігнутій спині) на підпорядкованість, покірність, послужливість; погляд зверху вниз (при відкинутій голові) — на почуття переваги, зарозумілість, презирство; погляд, що ухиляється, — на непевність, скромність або боязкість, можливо, почуття провини.

Особливо позитивно впливає на слухача усмішка, вміло послуговуючись якою можна змінити мікроклімат у класі, групі, під час індивідуального спілкування. Вона може бути доброзичливою, знущально-принизливою, поблажливою, скептичною, довірливою, зневажливою, презирливою, вимушеною, ввічливою, сором'язливою, грайливою, хитрою, доброзичливою та ін. Учитель повинен уміти доброзичливо-привітно усміхатися, надаючи виразу обличчя добродушності, готовності до позитивної взаємодії, взаємодопомоги. Усмішка надає привабливості зовнішності вчителя, позитивно впливає на характер його мовлення, полегшує процес взаєморозуміння, сприяє успішному розв'язанню комунікативних проблем.

Висновок про щирість усмішки роблять, зважаючи на швидкість, з якою піднімаються куточки рота й розширюються очі з наступним коротким прикриттям повік. Надто тривале розширення очей без короткочасного їх закривання, супроводжуване посмішкою, сприймається як погроза; короткочасне заплющування очей — заспокійливий елемент міміки (“Я не чекаю від вас нічого поганого, бачите, я навіть заплющую очі”). Вираз обличчя і погляд впливають на учнів сильніше, ніж слова. Але обличчя, будучи найдоступнішим інформативним засобом доповнення й уточнення

змістової складової повідомлень, що передаються за допомогою мови, має не лише виражати, а й приховувати певні почуття: не слід нести до класу тягар домашніх турбот, особистих негараздів. Пройняте світлом обличчя вчителя створює світлу атмосферу у класі, освітлює душі учнів.

Спрямованість, виразність мовного повідомлення, психічний стан мовця виражаються в його жестах. Психологи стверджують, що з їх участю можна передати до 40% інформації.

Жести (лат. *gestus* — положення, поза, рух тіла) — рухи, що мають сигнальне значення; виражальні рухи головою, рукою у процесі комунікації.

Основне призначення жестів полягає в посиленні впливу сказаного слова. Вони можуть супроводжувати, доповнювати, уточнювати, а інколи і замінювати слово. Використовуючи жести, учитель зображує, вказує, виражає прохання, вимогу, вдячність, здійснює емоційні дії (вітання, прощання, запрошення тощо).

Руками передають найтонші хвилювання, що не завжди вдається виразити словом. У жестах задіяні переважно пальці. Перебуваючи у відповідному положенні, вони надають жестам певного значення. Ритмічно узгоджуючись з інтонацією, наголосами і паузами, вони допомагають зосередити слухача на опорних аспектах висловлювання, вияскравлюють емоційне ставлення вчителя до своїх думок. Відчуваючи внутрішню необхідність у жестах, педагог має застосовувати їх у гармонії зі словом, бо якщо, наприклад, жест не узгоджується з ритмом мовлення, він може бути неправильно витлумачений слухачем. Рухи рук, тіла у процесі комунікації повинні бути вмотивованими, природними, підсилювати думку, виражати почуття, а малюнок пантоміми — відповідати значенню слів мовця.

Жести не тільки супроводжують мову, часто вони випереджають думку. Аналізуючи їх, можна зробити висновок про ставлення людини до події, особистості, її бажання, внутрішній стан, особистісні якості. Жестикуляція посилюється при емоційному піднесенні, ускладненому передаванні інформації. Саме тому їх відносять до виразних рухів.

Виражена жестами експресія може бути спонтанною (заснованою на інтуїції), довільною (змодельованою залежно від комунікативної ситуації). Довільні жести (рухи голови, рук, кистей) відбуваються свідомо. Та якщо вони використовуються часто, можуть перетворитися на мимовільні жести (несвідомо здійснювані, рефлекторні рухи). У сукупності жестів розрізняють вроджені (оборонний рефлекс) і сформовані: описові (ілюструють хід думки — показ розміру, форми, швидкості) і психологічні (виражають почуття — розведені в сторони руки демонструють подив, притиснутий до губ палець руки виражає застереження).

За іншими класифікаціями виокремлюють: комунікативні (замінюють елементи мови, мають самостійне значення поза мовленнєвою ситуацією, зрозумілі поза контекстом повідомлення — привітання, прощання, запрошення тощо); описово-образотворчі (не мають самостійного значення поза контекстом, супроводжують опис форми, розмірів, змісту предметів); модальні (виражають оцінку, ставлення до предметів, явищ); вказівні (спрямовані на предмети або людей); підсилюючі (підсилюють висловлювання); демонстративні (пояснюють стан справ); дотикові (сприяють встановленню соціального контакту, виявляють увагу до партнера: потискування руки, поплескування, погладжування, дотик до одягу та ін.; використовують також для ослаблення значення висловлень); комплексні жести відносин (виражають недовіру, іронію, розгубленість тощо).

Учитель має володіти системою жестів, пам'ятаючи про їх здатність “таємне робити явним”. Характер його жестів створює певний настрій у класі: якщо рухи учителя рвучкі і нервові, то замість готовності до уроку виникає напружене очікування неприємностей.

Жести сприяють забезпеченню уваги учнів, активізації їх пізнавальних процесів. Вони можуть ілюструвати розповідь учителя, активізувати сприйняття її змісту, наочно-образне мислення учнів.

За допомогою жестів учитель залучає учнів до співпраці (питальний кивок головою; жести, що запрошують, та ін.), підвищує її інтенсивність (жести схвалення, оцінки) або завершує контакт. Жест є важливим компонентом зворотного зв'язку, без якого ускладнюється адекватна оцінка вчителем стану учня. Вдаючись до оцінних, регулюючих і дисциплінуючих жестів, інших невербальних засобів комунікації, вчитель контролює діяльність учнів. Уніфікованість жестів під час вивчення всіх дисциплін полегшує педагогічне спілкування (наприклад, підняття руки для вираження бажання відповісти). Жести вчителя нерідко є зразком для наслідування, тому вони мають бути органічними, стриманими, синхронними з мовленням, правдивими, підтверджувати сказане. Чим рідше до них вдаватися, тим переконливіші вони. Володіння жестами дається непросто, однак завдяки систематичним тренінгам їх можна сформувати. При цьому вчитель мав би враховувати особливості рівнів жестикулювання: нижнього (від попереку вниз); верхнього (між попереком і плечима); високого (від плечей угору). Жести на нижньому рівні відображають думки і почуття, пов'язані з ненавистю, опором. Жестикулюють здебільшого в межах середнього рівня. Ці жести супроводжують більшість усних виступів. На верхньому рівні жестикулюють, ведучи мову про величні ідеали, високі почуття.

Сприйняття вчителя, його слів залежить і від використання ним командних жестів долонь: відкриті долоні вверх свідчать про довірливість, відвертість, чесність, незагрозливість; долоня, повернута вниз, є свідченням владності і владолюбства. Особливо дратує учнів звичка вчителя вказувати на них пальцем. Не на користь йому і повторювані нервові, мимовільні рухи: чесання голови, тертя носа, смикання себе за вуха та ін.

Не завадить учителю знати і таку інформацію: схрещені на грудях руки є знаком захисту, бар'єра, спробою відгородитися від співрозмовника. Людина зі схрещеними на грудях і міцно стисненими руками засвоює на 35% менше інформації, ніж та, що сидить розслаблено, вільно, не закинувши ногу на ногу. Тому, дбаючи про позитивний вплив на співрозмовника, вчитель має

подавати сигнали, які свідчили б про його відкритість, чесність, доброзичливість, гуманістичну комунікативну установку.

Розшифрування змісту жестів часто відбувається на підсвідомому рівні. Тому, якими б вишколеними не були жести вчителя, як би він не контролював себе, немає гарантії, що його співрозмовники не відчують їх штучності, надуманості. Тому найпродуктивнішим підходом є постійна робота вчителя над собою, самовдосконалення, намагання завжди бути самим собою.

Приверненню уваги учнів до себе, встановленню контакту з ними, вираженню свого ставлення до них сприяє дотик. Полегшує використання його вільне пересування вчителя на уроці по класу. Не перериваючи уроку, він може повернути до роботи учня, торкнувшись його руки, плеча; заспокоїти збудженого; відзначити вдалу відповідь. Проте деяких учнів, у яких скорочення психологічної дистанції створює незручності, викликає тривогу, дотик може насторожити. Такими є “позаурочні” дотики, які залишають у дитини неприємні відчуття, змушують уникати вчителя. Неприємний дотик, як правило, створює відчуття тиску, сили.

Контакт очей (візуальний контакт)

Основою довірливого, культурного спілкування є візуальний контакт, який виражає ступінь зацікавленості партнером, зосередженості на його словах. Психологи доводять, що до 80% чуттєвих вражень людина одержує через органи зору. Відомо, що поглядом можна позитивно або негативно вплинути на іншу людину (“очі бігають”, “очі випромінюють блискавки”, “затьмарені очі”, “недобрі очі” та ін.). Розмовляючи, люди дивляться один на одного у середньому 35—50% часу. Погляд затримується на очах співрозмовника 5—7 секунд. На партнера частіше поглядають слухаючи, а не тоді, коли говорять. Співрозмовники дивляться один на одного переважно для того, щоб побачити реакцію на свої слова. Спрямований на співрозмовника тривалий погляд мовця підтверджує сказане. У комунікації погляд може виконувати функцію інформаційного пошуку

(під час взаємодії мовець дивиться на слухача в опорних пунктах усередині репліки, наприкінці її, а той — на мовця, для отримання інформації зворотного зв'язку), повідомляти про звільнення каналу зв'язку, намагання сховати або виставити своє “Я”; встановити і підтримати соціальну взаємодію. Під час обміну репліками він виконує сигнальну функцію, сприяє вираженню інтимності, регулюванню дистанції.

За смисловим навантаженням погляд може бути діловим, соціальним, інтимним. Під час ділового спілкування бажано дивитися на умовний трикутник на лобі співрозмовника, тоді погляди будуть приблизно на одному рівні. Якщо погляд спрямований на символічний трикутник, який проходить через лінію очей, але зміщується нижче підборіддя, спускаючись на тіло, то він може бути соціальним або інтимним.

У стосунках із дітьми візуальний контакт виконує функцію емоційного живлення. Відкритий, доброзичливий погляд прямо в очі дитини сприяє встановленню взаємодії з нею, задоволенню її емоційних потреб. Саме в ці хвилини вона уважніша, найкраще запам'ятовує сказане. За спостереженнями психологів, найчастіше дорослі дивляться дітям в очі, коли повчають, дорікають, сварять, що породжує в них тривожність, невпевненість у собі, гальмує особистісний розвиток. З дітьми, які не дивляться на співрозмовника, опускають очі або відвертаються, важко спілкуватися, вони глибоко відчувають самотність. У навчанні й позаурочний час їм потрібен ласкавий погляд, підбадьорливий дотик дорослого, що знімає тривожність, страх, виховує впевненість у собі.

Вплив погляду вчителя залежить від дистанції спілкування. Погляд здалеку, зверху вниз дозволяє вчителю побачити всіх учнів, але не дає змоги вдивлятися в кожного з них. Вплив погляду тим сильніший, чим дитина ближче до вчителя. Особливо сильно впливає пильний погляд. Супровід зауваження учителя поглядом негативно позначається на стані учня, заважає підтриманню контакту з ним.

Оптимальний обмін поглядами з дітьми на уроці поєднує індивідуальний зоровий контакт з охопленням очима всього класу, що створює робоче коло уваги. Чергування, переключення погляду важливе і під час вислуховування відповіді. Учитель, поглядаючи на учня, який відповідає, дає зрозуміти, що він чує його відповідь. Дивлячись на клас, він повертає увагу інших дітей до учня. Уважний, доброзичливий погляд при вислуховуванні відповіді є запорукою ефективного зворотного зв'язку.

Лекція №8

Тема. Комунікація і політика

План

1. Дискурсологія як лінгвістична дисципліна. Об'єкт і предмет дискурсології.
2. Дискурс-аналіз: передумови, завдання та проблематика.
3. Критичний аналіз дискурсу: теоретичне підґрунтя, завдання та проблематика. Політична лінгвістика.
4. Напрямок етнографії мовлення в дискурсології.
5. Конверсаційний аналіз як напрям дискурсології.

Ключові слова: дискурс, політичний дискурс, політична лінгвістика, політична мова.

Мета: створити атмосферу емоційного підйому; викликати почуття гордості, інтересу, відповідальності, співпереживання, співчуття, радості поваги; виховувати зацікавленість дисципліною, прагнення отримувати нові знання самостійно.

Завдання:

- опис мови політиків і мовних особливостей у політичній комунікації, їхньої стерео типізації в масовій свідомості;
- з'ясування мовних показників дистанції влади й авторитарності політичного дискурсу;

- висвітлення особливостей адресантності, адресованості, стратегічності, інтерактивності політичної комунікації.

Література

1. Селіванова О.О. Основи теорії мовної комунікації: Підручник. – Черкаси: Видавництво Чабаненко Ю.А., 2011. – С. 248-266.
2. Семенюк О.А. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. / О.А. Семенюк, В.Ю. Паращук. – К.: ВЦ "Академія", 2010. – С. 179-206.
3. Реклама та PR у масово інформаційному просторі: монографія / Т.Ю. Ковалевська, Н.В. Кондратенко, Н.В. Кутуза та ін.; за аг. ред. О.В. Александрова; вісп. ред.. Т.Ю. Ковалевська, Н.В. Кутуза. – Одеса: Астропринт, 2009. – С. 11-36.

1. Дискурсологія як лінгвістична дисципліна. Об'єкт і предмет дискурсології

Дискурсологія є мовознавчою дисципліною, представленою методологічно й теоретично різноманітними течіями, лінгвістичними школами й окремими дослідженнями, спрямованими на всебічний опис і характеристику мовленнєвого спілкування людей у специфічних і стандартних комунікативних ситуаціях з урахуванням соціальних, культурних, когнітивних, психологічних, етнічних й ін. чинників. Об'єктом дискурсології є різноманітні дискурсивні практики мови, а предметом - організація дискурсу.

У сучасній дискурсології відбувається певна інтеграція різних галузей, доробок яких враховують у дискурсивно орієнтованих дослідженнях. Російський лінгвіст В. Карасик у передмові до монографії М. Макарова «Основи теории дискурса» зазначає: «Теорія дискурсу, попри хиткість та багатозначність основного поняття, є одним із напрямів сучасної лінгвістики, який найбільше розвивається. Цей напрям прагне до синтезу наукових результатів, отриманих у різних галузях знань і насамперед - у мовознавстві,

психології, соціології й етнографії. Незважаючи на численність дослідницьких концепцій та наукових шкіл, які розробляють цю теорію і нерідко гостро полемізують одна з одною, дослідники дискурсу об'єднані прагненням вивчати не абстрактну мовну систему, а живе мовлення в умовах реального спілкування».

2. Дискурс-аналіз: передумови, завдання та проблематика

Одним із базових напрямів сучасної дискурсології є дискурс-аналіз, або аналіз дискурсу. З огляду на пріоритет уведення терміна «дискурс» американським лінгвістом З. Харрисом, дослідники вважають, що й термін «аналіз дискурсу» у значенні методу аналізу зв'язного мовлення, який служить для опису меж простого речення і для зв'язку мови з культурою, вперше вжив саме цей учений. Проте деякі мовознавці наполягають на тому, що назва «дискурс-аналіз» виникла в межах Бірмінгемської групи дослідників й асоціюється з іменами Дж. Сінклера і М. Култарда (до цієї групи належать і М. Монтгомері, В. Едмондсон, М. Стабз й ін., хоч орієнтація їхніх досліджень дещо варіюється).

В одній із наукових праць Дж. Сінклера і М. Култарда аналізу підлягало спілкування учня та вчителя, яке було описане на підставі положень соціально орієнтованої граматики М. Холлідея у версії 1961 р. Зазначмо, що М. Холлідей був учнем і послідовником фундатора Лондонської школи Дж. Фьорса і прихильником культурно-соціологічної теорії Б. Маліновського, який одним із перших поєднав вивчення мовної комунікації з польовими методами антропології та етнографії.

У 80-ті р. р. із метою розмежування тексту й дискурсу було використано диференціацію їхніх аспектів: мовного й соціального, статичного й динамічного відповідно. Дискурс отримав нове значення комунікативної події, ситуації, що інтегрує текст з іншими її складниками, зокрема, екстралінгвальними чинниками: соціальними, референційними

(обставинами, часом, простором (комунікації), когнітивними і психологічними, які опосередкують взаємодію учасників спілкування, їхні мотиви, цілі та стратегії.

М. Макаров убачає передумови становлення дискурс-аналізу в наукових розробках російської формальної школи аналізу тексту, зокрема, в концепції структурного аналізу В. Проппа, в антропологічному спрямуванні європейського структуралізму К. Леві-Стросса, представників французької школи (Р. Варта, М. Фуко, Ж. Лакана, Ц. Тодорова, Ж. Дерріда), а також у семіотичних теоріях Ч. Пірса, У. Еко, які надали різноманітним течіям лінгвістики, антропології, літературознавства, теорії комунікації загальні принципи й універсальну метамову, що зумовило встановлення міждисциплінарних зв'язків. Аналіз дискурсу формувався і під впливом теорії мовленнєвих актів (Дж. Остін, П. Стросон, Дж. Сьорль), лінгвопрагматики (зокрема, теорій Х. Грайса і Дж. Ліча та їхніх послідовників), когнітивної психології й лінгвістики, завдяки чому отримав функціональне, психологічне та соціальне спрямування. Цьому сприяли також концепції Е. Бенвеніста, який вважав дискурс мовленням, невіддільним від мовця; Т. ван Дейка, який розглядав дискурс як спосіб актуалізації тексту в певних ментальних і прагматичних умовах; К. Пайка, який кваліфікував дискурс як результат процесу взаємодії в соціокультурному аспекті; а також праці французьких учених М. Фуко та М. Пеше, які спрямували увагу на відношення між дискурсом й ідеологією та на процес боротьби дискурсів з огляду на ідеологічну боротьбу.

Завданнями аналізу дискурсу є дослідження інтеракції, соціальної, текстуальної та психологічної контекстуалізації дискурсу, його типів і жанрів із певним набором змінних (соціальних норм, статусів і ролей комунікантів, їхніх конвенцій, стратегій, показників інтерактивності й ефективності спілкування); вивчення закономірностей досягнення комунікантами комунікативної кооперації або чинників породження комунікативного

конфлікту, способів реалізації комунікативного суперництва; опис інституційних форм і типів дискурсів тощо.

Ключовими проблемами аналізу дискурсу залишаються структура та стратифікація дискурсу; встановлення його ознак, одиниць, категорій, типів, характеристика способів інтерації та контекстуалізації; з'ясування механізмів організації різних дискурсивних інваріантів, вироблення методів і процедур аналізу й опису дискурсів тощо. Дискурс-аналіз звертається насамперед до усних і письмових (друкованих) форм мовної комунікації у природних умовах реального світу.

На думку М. Макарова, дискурс-аналіз ідейно тримається на трьох китах - трьох найважливіших категоріях: дії, (по)будові та варіативності. Коли люди щось говорять або пишуть, вони тим самим здійснюють соціальні дії. Конкретні властивості цих соціальних дій визначені тим, як усний дискурс чи письмовий текст побудовані, за допомогою яких саме ресурсів, відібраних мовцем з усього розмаїття мовних засобів, функціональних стилів, риторичних прийомів тощо. З одного боку, цікавим є сам процес побудови дискурсу. З іншого боку, оскільки усний дискурс чи письмовий текст вплетені до живої тканини соціальної діяльності та міжособистісної взаємодії, їхня варіативність утілює особливості різних соціально-діяльнісних контекстів і намірів авторів (адресантів).

3. У межах дискурс-аналізу виокремлюють течію критичного аналізу дискурсу, який постає як напрям сучасної дискурсології. Ця течія спрямована на емпіричне дослідження відношень між дискурсом і соціальним станом суспільства, а також їхнім розвитком під кутом зору критичного перегляду співвідношення між мовою та суспільством. Така орієнтація аналізу дискурсу передбачає вияв ідеологічних функцій мови у продукуванні, відтворенні та зміні соціальних структур, зв'язків і суб'єктів. Об'єктом критичного дискурс-аналізу є владні відношення в суспільстві, а предметом - співвідношення між знаками, значеннями природної мови, фіксованими в дискурсі, й соціальними

структурами, зв'язками, суб'єктами. Критичний аналіз дискурсу користується різноманітним дискурсивним матеріалом: текстами, записами радіо, телебачення, усного повсякденного мовлення. Представники цієї течії з'ясовують природу влади з огляду на мовне підґрунтя процесів домінування, дискримінації й контролю та вивчають конструктивну функцію дискурсивних практик.

Теоретичним підґрунтям критичного дискурс-аналізу є:

системно-функціональна й соціально-семіотична концепція британського лінгвіста М. Холлідея, який розглядав мову як знаряддя реалізації соціальних відношень;

теорія комунікативної дії німецького філософа та соціолога, представника Франкфуртської школи Ю. Хабермаса, який обґрунтував зв'язок між лінгвокомунікативними та соціальними процесами й обстоював принцип установлення в суспільстві вільних від примусу комунікацій у межах усезагальної соціальної згоди;

лінгвістична антропологія та інтеракційна соціолінгвістика, яка розглядає інтеракцію як узгодження інтерпретацій на підставі контекстуалізації, що здійснюється шляхом співвіднесення з фоновими знаннями учасників;

4) філософська концепція французького філософа-постструктураліста М. Фуко щодо влади як сили, що створює суб'єктів й агентів дій і взаємодіє з дискурсивними практиками суспільства;

концепція лінгвістичного капіталу французького соціолога й етнолога П. Бурдьє, який вважав, що лінгвістичні знання соціально відтворюються в техніках домінування, а структуризація соціального простору здійснюється на базі різних капіталів (економічного, культурного й символічного), що є інструментами боротьби в цьому просторі;

теорія діалогічності гуманітарного пізнання М. Бахтіна;

модель соціолінгвістики В. Бернстайна;

структуралістські і постструктуралістські теорії розуміння мови як суб'єкта культури, здатного структурувати соціальні відносини, і тексту та дискурсу як конструктивних феноменів;

постмодерністська філософія Ж. Дерріда, Ж. Бодрієра й ін. (головні тези: немає нічого поза текстом, реальність - соціальний конструкт, який створюють ідеї, закріплені в нормах, інститутах і механізмах соціального контролю).

Програмою працею критичного дискурс-аналізу стала книга Н. Феркло «Мова і влада» 1989 р., присвячена аналізу панівних дискурсів у Британії (політичної риторики тетчеризму й нової економічної реклами). Представниками критичного аналізу дискурсу є Т. ван Дейк, який очолює соціокогнітивний напрям; Н. Феркло, М. Култард, Дж. Гі, Д. Камерон, Т. Дант, П. Бурдье, Б. Делінджер, Р. Фаулер й ін., які виходять із концепцій британської традиції, та Р. Водак і представники віденської групи, зосереджені на вивченні мови політики, вираженні в мові ідеологічних і політичних уявлень й ін.

Завданнями критичного дискурс-аналізу є такі:

аналіз політико-ідеологічного аспекту дискурсу, тобто механізмів формування, вияву й відтворення за допомогою дискурсу владних відношень у суспільстві;

дослідження взаємовпливу дискурсивних практик, влади й ідеології;

пояснення інтердискурсивних, інтертекстуальних рівнів соціальних та історичних практик, до яких занурені тексти;

з'ясування способів конструювання об'єктів дійсності шляхом зіставлення та критичного аналізу текстів;

аналіз ролі осадових дискурсів суспільства в регулюванні владних відношень;

характеристика варіантів соціальної інтеракції зважаючи на їхню частково мовну форму;

пояснення дискурсивних структур з огляду на соціальну інтеракцію й соціальну структуру.

Головними положеннями критичного аналізу дискурсу є такі:

процеси породження текстів і їхнє споживання відтворюють і змінюють соціум і культуру;

дискурс не лише сам творить соціальний світ, конституює суспільство та культуру, а й соціальні практики творять, моделюють і форматують дискурс;

фізичні об'єкти набувають певного значення завдяки дискурсу, який структурують певними інституційними обмеженнями сфери соціального спілкування;

суб'єкт є децентрованим, його дискурсивні вияви визначає панівний дискурс, що залежить від ідеології влади;

суб'єкт здатний діяти креативно й перетворювати Соціальні практики та дискурси шляхом критичного перегляду встановлених панівним дискурсом значень;

світ є членованим і гетерогенним, його інтерпретація визначається соціальним оточенням суб'єкта і доміантним дискурсом свого часу; дискурс здійснює ідеологічну роботу і т. ін.

У критичному аналізі дискурсу виокремлюють три концепції дискурсу. Перша ґрунтується на співвіднесенні дискурсу та тексту і передбачає аналіз внутрішніх зв'язків текстів, вибору лексики, просодики, графологічних особливостей, граматики, зокрема, модальності та транзитивності, а також з'ясування специфіки інтерпретації.

Друга кваліфікує дискурс як дискурсивну практику, тобто як продукт, що створюється, функціонує і споживається в суспільстві. У межах цієї концепції аналізу підлягають мовленнєві акти, зв'язність, інтердискурсивність як конструктивна інтертекстуальність, що виявляється в тиражуванні типових правил, дискурсивних зразків, реґістрів, стилів тощо (Н. Феркло).

Особливої ваги в окресленому аспекті набуває реконтекстуалізація як уведення до нових контекстів певних текстових елементів, що асоціюються з іншими мовленнєвими ситуаціями, як розміщення однієї соціальної практики в межах іншої, а також децентрування - розбіжність у значеннях тих самих текстів у різних контекстах. Реконтекстуалізацію розглядають як реалізацію відношень влади у процесі керування дискурсом. У. Лабов обґрунтовує поняття інтерапції, яка, на відміну від інтерпретації, що здійснюється спільними зусиллями комунікантів, є призупиненням інтерпретації з метою вияву прихованого в тексті (не лише для реципієнта, а і для автора).

Третя концепція представляє дискурс як соціальну практику і спрямована на вивчення ідеології, влади, що формують правила дискурсу. Згідно з таким розумінням дискурсу його значення є потенційним, а його реалізація зумовлена ідеологією. Т. ван Дейк виокремлює три різновиди ідеологічно заангажованого дискурсу: повсякденну комунікацію, офіційний дискурс і дискурс ЗМІ. Стосовно відношень влади і дискурсу, за словами Т. ван Дейка, дискурсивні структури встановлюють, підтверджують, узаконюють, відтворюють або заперечують відношення влади і суспільства. Владу конструює ідеологічний дискурс. Джерелом влади є доступ до

специфічних форм дискурсу (політичного, медійного, наукового, правового й ін.) групи, яка контролює найбільш впливові дискурси, має більше владних можливостей маніпулювати свідомістю й думками інших підвладних їй груп.

Одним із напрямів критичного дискурс-аналізу є аналіз політичного дискурсу, який став об'єктом маргінальної галузі мовознавства - політичної лінгвістики, спрямованої на дослідження мовних засобів політичної сфери спілкування, політичної комунікації й маніпулювання, взаємодії мови, ідеології та влади. К. Гакер вважає головним завданням політичного дискурс-аналізу розкриття механізму взаємовідношень між владою, пізнанням, мовленням і поведінкою. Політична лінгвістика інтегрує теоретичний потенціал теорії мовної комунікації, когнітивної лінгвістики й лінгвоконцептології, дискурсології, лінгвістики тексту, соціолінгвістики з доробком політології, філософії, риторики, наратології тощо. Українська лінгвістка Л. Синельникова вважає метою лінгвополітології вивчення специфіки політичного мислення на підставі мовних фактів. Дослідниця зазначає, що соціально-психологічні характеристики політичних комунікацій і комунікантів значною мірою ґрунтуються на сприйнятті лінгвістичних ознак, мовленнєвих умінь і переваг. Аспекти політичної комунікації почали розробляти наприкінці 50-х р. р. ХХ ст. у ФРН у зв'язку з вивченням мови націонал-соціалізму. У 80-ті р. р. функція мови як засобу маніпуляції свідомістю та здійснення соціальної влади стала об'єктом досліджень американських і західноєвропейських лінгвістів (П. Серіо, Р. Мідоу, Д. Болінджер, Р. Блакар, Х. Вайнрих, Р. Водак, Т. ван Дейк, Р. Лакофф, Л. Лассвел, В. Клемперер, К. де Лендчир та ін.). На Заході велику цікавість викликали дослідження тоталітарного дискурсу СРСР (праці П. Серіо, Дж. Янга, Р. Водак, Ф. Том й ін.) й антитоталітарного дискурсу як мовлення мовного спротиву (А. Вежбицька).

У колишніх країнах СРСР до проблематики політичної лінгвістики звернулися лише у 90-ті р. р. спершу під кутом зору досліджень тоталітарної

мови радянського періоду, яку характеризували гасла, ритуалізованість, імітація свята (А. Баранов, Ю. Левін, Н. Купина, С. Єрмоленко, Є. Рабинович, В. Алпатов та ін.), а згодом - у ракурсі теоретичного розроблення мовних особливостей організації політичного дискурсу в різних аспектах на матеріалі різних мов (Е. Лассан, О. Шейгал, Г. Яворська, А. Белова, О. Романов, О. Чудінов, В. Козловський, О. Паршина, Л. Синельникова й ін.). Із 1998 р. виходить серія збірників «Политический дискурс в России». Український політичний дискурс останніх років є предметом уваги не лише вітчизняних лінгвістів (Г. Яворської, Л. Ставицької, С. Єрмоленко, Н. Кондратенко й ін.), а і представників української діаспори в Канаді та США (Б. Гарасиміва, Л. Павлюк, В. Полковського й ін.). Головними завданнями політичної лінгвістики є такі: 1) обґрунтування функцій мови в політичній комунікації (регулятивної, інструментальної, інформаційної, акціональної, контролюючої, спонукальної, ідентифікаційної, мобілізаційної, атональної тощо);

характеристика особливостей політичного дискурсу (його інституційності, інформативності, визначеності, міфологічності, фідеїстичності, езотеричності і т. ін.);

аналіз специфіки складників моделі ситуації політичного спілкування;

висвітлення особливостей адресантності, адресованості, інтенційності, стратегічності, інтерактивності політичної комунікації;

дослідження маніпуляційних стратегій і тактик, їхньої ефективності й риторичних правил політичної аргументації;

опис мови політиків і мовних особистостей у політичній комунікації, їхньої стереотипізації в масовій свідомості;

з'ясування мовних показників дистанції влади й авторитарності політичного дискурсу;

моделювання базових концептів політичного дискурсу й опис мовних засобів їхньої репрезентації;

опис жанрового простору та субжанрової ієрархії політичної комунікації.

Дискусійною проблемою сучасної політичної лінгвістики є сутність політичної мови. Одні дослідники вважають її особливою знаковою системою, призначеною для здійснення політичної комунікації: для формування суспільного консенсусу, прийняття й обґрунтування політичних і соціально-політичних рішень; - або специфічною підмовою для вираження ідеології влади з особливою граматикою й лексиконом (А. Баранов, Є. Казакевич, Ю. Степанов, П. Серіо).

Мова політики складає семіотичний простір політичного дискурсу, обслуговує потреби політичної комунікації, характеризується деспеціалізацією політичних термінів, орієнтованістю на масового адресата, обмеженістю інституційними формами спілкування. Л. Синельникова підкреслює, що політики не люблять конкретних визначень. Звідси тенденція до семантичного вихолощування слів, їх кон'юнктурного тлумачення, пристосування до власної ідеології за будь-яку ціну і будь-якими способами, що виявляють зневагу до біографії слова, а значить, і до культури в цілому. Номінації демократія, народ, правова держава, цивілізовані відносини, ринкові реформи, європейський вибір дослідники відносять до фантомних слів-симулякрів, що утворюють семантичний простір гри. Словам-симулякрам протистоять політичні метафори, які усувають невизначеність й акцентують увагу на головному. Мова політики театралізована, навіть карнавалізована, насичена знаками вербальної агресії, міфологемами, серед

яких найголовніша свiп-чужий: свiй -позитивний, правильний; чужий - поганий, неправильний, ворожий і небезпечний.

Політичний дискурс складається з різноманітних дискурсивних практик, що формують політичну дискурсію. Дискусійною проблемою є також жанрова ієрархія політичного дискурсу, розгляд якої зумовлений двома підходами: вузьким і широким. Перший обстоює офіційні, інституційні жанри політичного дискурсу, другий розширює його межі до будь-яких мовних утворень, суб'єкт, адресат або зміст яких віднесені до сфери політики. Головними функціями політичного дискурсу лінгвісти вважають боротьбу за владу (агітацію за владу, захоплення й утримання влади), інтеграцію й диференціацію групових агентів політики; породження конфлікту та встановлення консенсусу; здійснення вербальних політичних дій та інформування про них; створення «мовної реальності» поля політики та її інтерпретацію; маніпуляцію свідомістю й контроль за діями політиків й елек-торату.

4. Напря́м етнографії мовлення в дискурсології

Увага до соціальної контекстуалізації дискурсу зумовила розроблення етнографії мовлення, яка сьогодні органічно вбудована до дискурсології як її напрям. Завданнями етнографії мовлення є дослідження впливу культурних і соціальних чинників на процеси мовленнєвого спілкування, зокрема, з'ясування правил комунікативної взаємодії, процедур інтерпретації з урахуванням фонових знань учасників спілкування; встановлення особливостей зміни комунікативних ролей і їхньої соціокультурної детермінованості; визначення ролі правил виведення (сопуегзапопаі іпіегепсез) в інтеракції і т. ін. Дослідники вважають головною метою етнографії мовлення - вироблення гіпотези щодо того, «як мислять носії мови у своїх щоденних інтеракціях, на підставі численних та довготривалих емпіричних польових досліджень мовленнєвих ситуацій».

Основоположником етнографії мовлення був американський соціолог і психолог, представник символічного інтеракціонізму І. Гоффман. Дослідник кваліфікував соціальну взаємодію як театралізовану дію з відповідними їй функціональними позиціями акторів, які виконують свої ролі, що коректуються у процесі взаємодії. Кожний елемент спілкування наділений певною мірою влади й дистанційно окреслений у просторі комунікативної та соціальної взаємодії. Центральне поняття концепції І. Гоффмана - «я сам як маска», тобто мовець як людина-актор, заданий професійно, але ще відносно непередбачуваний. Лише сцена з наявним на ній «реквізитом», постановка та «публіка» є визначальними для дій актора, наділеного певною владою та рольовим образом.

Соціальна (рольова) дистанція для актора зумовлена здатністю розрізнити особистісну та рольову іпостасі. Міра соціальної компетентності людини залежить від уміння тримати цю дистанцію й займати рефлексивну позицію. Звідси головна настанова етнографії мовлення, що полягає у вивченні не людини в соціальній ситуації, а соціальних ситуацій, які є позачасовими, хоч і почасти детермінованими культурою та майстерністю учасників, і поведінки людини в них. Мовна група, тобто учасники інтеракції, діють на підставі спільних знань щодо правил комунікативної поведінки й інтерпретації мовлення.

До концепції І. Гоффмана в етнографії мовлення долучено також положення представника інтеракційної соціолінгвістики Дж. Гамперца щодо контекстуалізації мовлення, за допомогою якої люди надають смисл власним інтеракціям. Як зазначає М. Макаров, «у межах інтерактивної соціолінгвістики антропологізм Гамперца і соціологізм Гоффмана на диво вдало доповнили один одного: обидва у фокус уваги помістили міжособистісну інтеракцію з використанням мови, підґрунтям інтерпретації якої стала категорія ситуаційно зумовленого смислу».

Представники етнографії мовлення (А. Дуранті, Ф. Еріксон, Дж. Шульц, А. Сікурел, Дж. Гамперц, Д. Хаймз, Дж. Кук, В. Франк, В. Чен, Дж. Бауман, А. Корсаро та ін.) вивчають зміну коду у спілкуванні з різними учасниками комунікації, вербальні й невербальні способи організації фонових знань, спрямованість комунікативних дій на підтримання іміджу мовців, соціокультурне підґрунтя ритуалізації зміни комунікативних ролей і ходів і т. ін

Опису підлягають різновиди мови й кодів, що використовуються в певному мовному колективі для говоріння, конвенційні мовленнєві акти й жанри, головні правила й норми продукування мовлення в цьому колективі, ролі, права й обов'язки, цінності й обмеження відповідних типів ситуацій тощо.

Д. Хаймз виділив у дослідженнях з етнографії мовлення чотири напрями аналізу, що передбачають орієнтацію:

на компоненти комунікативних подій,

на відношення між компонентами,

на можливості та стан компонентів,

на діяльність цілого, утвореного в результаті всього цього.

Представники етнографічного напрямку дискурсології

застосовують письмовий опис соціальної організації, символічних і матеріальних ресурсів, а також мовленнєвих й інтерпретаційних практик певних груп людей. Письмовій фіксації передують або дистанційне спостереження за ситуацією спілкування, або включене спостереження, що передбачає безпосередню участь дослідника, який прагне емпатії, ідентифікації з групою. Методи етнографії мовлення дають змогу пов'язати лінгвістичні форми із соціальними практиками.

Головними положеннями етнографії мовлення є такі:

мова не може бути ізольованою від соціуму, позаяк ситуації говоріння, статус і комунікативні ролі неоднакові в різних соціокультурних умовах;

мовленнєва поведінка залежить від установлених у різних спільнотах моделей мовленнєвої діяльності, знання яких визначає міру комунікативної компетенції;

дискурсивне значення орієнтоване на комунікантів, котрі належать до мовної спільноти, яка розділяє їхні знання щодо правил комунікативної поведінки й інтерпретації мовлення;

головним в інтеракції є не стільки думка співрозмовника, скільки спільність інтерпретацій, що забезпечує зв'язність розмови;

розрізнення вербальних і невербальних засобів є важливим як контекст для реалізації мовленнєвих правил;

потрібно розмежовувати мовленнєву ситуацію, мовленнєву подію, мовленнєвий акт;

у комунікативній події виокремлено такі складники, як ситуація, учасники, засоби (канали, форми мовлення, код, стиль),

результати (цілі, завдання, результати, норми); норми інтеракції, норми інтерпретації, послідовність актів, ключі, жанри;

правила мовлення передбачають необхідність урахування зміни будь-якого з компонентів як знака правила і структурного зв'язку;

компонентний склад мовлення функціонально зумовлений (приміром, функція вимагає певного взаємозв'язку між вибором коду, топіка, форми повідомлення).

Одним із методів етнографії мовлення є інтерактивно-адаптивний (Д.Хаймз), який передбачає систематичну зацікавленість широким спектром різноманітних аспектів соціального життя, тематичну орієнтованість, пріоритет компаративного та контрастивного аналізу, здатність до дальшого розвитку та самокорекції, здійснення експертизи мовлення на підставі акумульованого досвіду польових досліджень, необхідність формулювання за результатами експертизи гіпотез і теоретичних узагальнень в епістемологічному ракурсі. ' На відміну від конверсаційного аналізу, який розглядатиметься у наступному параграфі, в етнографії мовлення діалог кваліфікують не як автономну від граматики та макросоціальних структур одиницю, а як частину соціальних структур. Конверсаційний аналіз застосовує показники відкрито лексикалізованого пропозиційного контексту, а етнографія мовлення ураховує непряме вивідне знання й інтерпретативні процеси, подібно до етнометодології та інтеракційної соціолінгвістики. Як і представники критичного дискурс-аналізу, етнографи мовлення вивчають відношення влади як частину будь-яких соціальних і культурних практик, що впливає на всі соціальні відносини. Владу кваліфікують як процес, що здійснює контроль у вигляді інформації та знання шляхом створення інтерпретативних фреймів з метою визначення і дії у світі.

5. Конверсаційний аналіз як напрям дискурсології

Напрямом дискурсології є конверсаційний аналіз, представлений сукупністю процедур емпіричного дослідження інтеракцій діалогічного усного розмовного мовлення (зрокеп іпіегасїіопз). Загалом конверсаційний аналіз ґрунтується на

розробленій у 1967 р. у роботі «Дослідження з етнометодології» соціологом Х. Гарфінкелем теорії способів та прийомів організації повсякденної діяльності членами певної соціокультурної спільноти, а також на соціологічній концепції І. Гоффмана (їхню течію інколи кваліфікують як мікросоціологію, або соціологію мови) та теорії мовної гри Л. Вітгенштейна.

Методику конверсаційного аналізу мовлення почали впроваджувати на початку 60-х р. р. ХХ ст. Американський дослідник Г. Закс (університет штату Каліфорнія) аналізував телефонні розмови центру запобігання самогубствам, зокрема, структуру цих розмов, особливості зміни комунікативних ролей. У 70-ті р. р. розроблення конверсаційної методики продовжили переважно американці й німці Е. Щеглов, Г. Джефферсон (вони видали курс лекцій Г. Закса «Бесйігез оп Сопуегзаііоп» після його смерті), Дж. Херітедж, Д. Цимерман, Е. Хеві, Г. Хене, Г. Рейбок, Ч. Гудвін, К. Еліх, Й. Ребайн й ін. У Німеччині, Фінляндії, Росії вивчення діалогічного розмовного мовлення здійснювали також у межах лінгвістичних шкіл аналізу діалогу (Л. Карлсон, Г. Фриц, Ф. Хундснуршер, М. Даскал, В. Девкін, О. Романов, Л. Чахоян й ін.). У Росії дослідження усного розмовного мовлення отримали ще й назву колоквіалістики (Ю. Скребнєв, О. Сиротиніна, О. Земська й ін.).

На початку застосування конверсаційного аналізу увага дослідників була прикута насамперед до з'ясування правил і порядку ведення розмови, зокрема, до зміни комунікативних ходів, опис яких здійснювали в результаті вивчення живого мовлення. Згодом представники конверсаційного аналізу почали досліджувати стандартизовані форми ведення розмови, зумовлені відповідними зразками соціальних дій, специфіку й екстралінгвальні чинники переходу від одного комунікативного ходу до іншого, а також моделювати та прогнозувати перебіг спілкування, можливості керування поведінкою партнера.

Процедури конверсаційного аналізу спрямовані на ідентифікацію систематичних характеристик розмови, регулярностей, повторюваних схем комунікативної взаємодії, які створюють соціальний порядок; обґрунтування вибору мовцями вербальних і невербальних засобів спілкування з урахуванням наявних в адресата попередніх знань й очікувань, а також на пояснення можливих порушень зміни комунікативних ролей (пігп-1а1кіп§).

Головними дослідницькими постулатами конверсаційного аналізу є такі:

1) існування порядку на всіх рівнях вербальної взаємодії;

відсутність випадковостей в інтерсуб'єктивній взаємодії;

урахування найменших деталей мовлення як найважливішого ресурсу аналізу;

емпіризм і немотивоване спостереження як головні принципи дослідження;

розгляд розмови як соціальної дії, у якій структури пов'язані із соціальними практиками й очікуваннями учасників, за допомогою чого останні конструюють власну поведінку та інтерпретують поведінку партнерів;

контекстуальна орієнтованість інтеракції;

подвійне авторство, що виявляється у спільній координованості мовленнєвих внесків мовців;

розмова як знаряддя підтримки соціальної солідарності та згоди людей у суспільстві.

Матеріалом конверсаційного аналізу є аудіо- й аудіовізуальні записи спонтанних інтерактивних текстів, діалогів у формальному й неформальному спілкуванні.

Конверсаційний аналіз передбачає характеристику трьох ярусів спілкування: макрорівня (фаз розмови, головних і другорядних топіків), проміжного рівня (реплікових кроків та комунікативних ходів) і мікрорівня (засобів різних мовних рівнів, що беруть участь у створенні діалогічної інтеракції). Спілкування розглядається як обмін / взаємний обмін двох активних учасників, кожен із яких здійснює вибір однієї з кількох альтернативних дій, що приводить до створення сприятливих або

несприятливих умов їхньої взаємодії. Такий вибір зумовлює відповідний комунікативний хід. Типологію й особливості комунікативних ходів, відмінність їх від реплікових кроків, специфіку секвенцій та ад'яцентних пар і юнітів детально описано в темі 3, а методика конверсаційного аналізу викладатиметься в темі 10.

Традиційний дискурс-аналіз інколи відмежовують від конверсаційного аналізу на підставі методологічної відмінності. Приміром, С. Левінсон, надаючи перевагу конверсаційному аналізу, заперечує дискурс-аналіз як неправильний. Проте чимало дослідників вважають, що конверсаційний аналіз можна розглядати як складник дискурс-аналізу й успішно інтегрувати його з останнім у межах дискурсології. Спільними проблемами конверсаційного аналізу й аналізу дискурсу є спосіб технічного запису текстів і стандартизація засобів перенесення звукового образу на папір, встановлення обсягу вибірки

функціонування мови в різних соціумах; спосіб запису невербальних складників спілкування та загальної композиції інтеракції тощо. На відміну від етнографії мовлення, яка також надає перевагу вивченню усного розмовного мовлення, конверсаційний аналіз не застосовує дослідження когнітивного складника інтеракцій (мотивів, установок, знань, переконань, ціннісних настанов). Представники конверсаційного аналізу не використовують дедуктивних методів, експериментів, до уваги беруться лише спостереження за природними інтеракціями, хоч дослідження інституційного спілкування все ж передбачає наявність деякої попередньої параметризації.

Лекція №10

Тема. ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

План

1. Теорія і практика міжкультурної комунікації: об'єкт, предмет, передумови, завдання.
2. Міжкультурна й етнокультурна компетенція, їхні складники.
3. Принципи етноцентризму та культурного релятивізму в теорії міжкультурної комунікації.
4. Проблеми інкультурації й акультурації.
5. Культурний шок. Міжкультурний тренінг.

Ключові слова: компетенція, інкультурація, акультурація, культурний шок, міжкультурний тренінг, теорія, практика, об'єкт, предмет.

Завдання:

- з'ясувати головні стратегії міжкультурної комунікації;
- проаналізувати у чому полягає суть лінгвокультурного підходу до вивчення мовного коду;
- визначити вплив антропологічної культури на комунікацію.

Література

1. Абрамович С.Д., Чікарькова М.Ю. Мовленнєва комунікація: Підручник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – С.249-283.

2. Ковалевська Т.Ю. Комунікативні аспекти нейролінгвістичного програмування: Монографія. – Одеса: Астропринт, 2008. – С.116-176, 250-254.
3. Селіванова О.О. Основи теорії мовної комунікації: Підручник. – Черкаси: Видавництво Чабаненко Ю.А., 2011. – С. 272-299.
4. Семенюк О.А. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. / О.А. Семенюк, В.Ю. Паращук. – К.: ВЦ "Академія", 2010. – С. 140-158.

Контрольні питання:

У чому полягає суть лінгвокультурного підходу до вивчення мовного коду?

Яка різниця між концептуальною, мовною та ціннісною картинами світу?

Який вплив антропологічної культури на комунікацію?

1. Теорія і практика міжкультурної комунікації спрямована на аналіз параметрів, особливостей міжкультурного спілкування, соціокультурних чинників його оптимізації; на формування практичних навичок і вмінь спілкування із представниками інших культур і субкультур. Об'єктом цієї галузі є міжкультурна комунікація як інформаційний обмін і вплив, що здійснюються між комунікантами, які належать до різних культур. Предмет теорії і практики міжкультурної комунікації - параметри та чинники ефективного міжкультурного спілкування.

Теорія та практика міжкультурної комунікації має теоретичний та прикладний напрями: перший обґрунтовує теоретичні засади вивчення процесів міжкультурної комунікативної взаємодії з огляду на механізми інкультурації й акультурації, установлює специфіку та складники міжкультурної компетенції, її реалізацію в конкретних комунікативних ситуаціях міжкультурного спілкування; другий розробляє методики

міжкультурного тренінгу з метою формування міжкультурної компетенції, з'ясовує засоби подолання й усунення культурного шоку і т. і.

Теорія і практика міжкультурної комунікації інтегрована з різними лінгвістичними галузями: етно- та психолінгвістикою, лінгвокультурологією, теорією мовної комунікації, паралінгвістикою, перекладознавством, лінгвопрагматикою, дискурсологією, лінгвокраїнознавством, а також із нелінгвістичними дисциплінами: антропологією, історією, філософією, етнориторикою, етнологією, соціологією, культурологією, психологією, фольклористикою та літературознавством.

Виникнення теорії міжкультурної комунікації пов'язано з виходом у світ книги американських лінгвістів Е. Холла та Дж.Трейджера «Культура як комунікація. Модель аналізу» 1954 р., де вперше було вжито термін «міжкультурна комунікація» у значенні ідеальної мети, досягнення якої повинна прагнути людина в бажанні якнайкраще й найефективніше адаптуватися до навколишнього світу.

Передумовами становлення теорії та практики міжкультурної комунікації у США були суто практичні інтереси американських політиків і бізнесменів, які після Другої світової війни поширювали свій вплив на інші країни, що потребувало не лише знання мов інших народів, а й формування міжкультурної комунікативної компетенції, знання матеріальної та духовної культури чужих етносів. США розробили програму допомоги країнам третього світу, суб'єктом реалізації якої став Корпус Миру, проте численні невдачі його активістів поставили питання про їхню фахову підготовку, у якій головну увагу потрібно було зосередити на формуванні вмінь і навичок міжкультурного спілкування, а не на простому інформуванні про культурні особливості тієї чи іншої країни. У 1946 р. уряд США створив Інститут служби за кордоном, який очолив Е. Холл.

У Західній Європі на межі 70-80-х р. в університетах було відкрито відділення міжкультурної комунікації. На пострадянському просторі цю галузь почали розробляти лише у 90-ті р. р. на базі практики викладання іноземних мов, перекладознавства, етнопсихолінгвістики, культурології, лінгвокраїнознавства, паралінгвістики.

На думку О.О. Селіванової, сьогодні можна говорити про своєрідне соціальне замовлення на дослідження проблем міжкультурної комунікації, оскільки чимало людей стикається із проблемами міжкультурного нерозуміння, зумовленого розбіжностями в культур. Такі розбіжності викликають у партнерів спілкування почуття невпевненості й остраху зробити промах, потрапити до «комунікативної пастки». Особлива увага до міжкультурної комунікації, як зауважує російський лінгвокультуролог С.Тер-Мінасова, зумовлена тим, що в наш час як ніколи постала проблема виховання терпимості до чужих культур, пробудження цікавості та поваги до них, подолання в собі почуття роздратування від надмірності або недостатності чужих культур чи просто несхожості їх із власною.

Ф. Бацевич виокремлює кілька аспектів теорії та практики міжкультурної комунікації. Це аспекти, пов'язані з культурною традицією (дозволи та заборони на певні типи спілкування, стереотипні ситуації спілкування, етикетні характеристики, рольові та соціально-символічні особливості комунікації, організація текстів тощо); із соціальними чинниками й соціальними функціями спілкування (функціонально-стильові підмови, етикетні форми); зі специфікою тезаурусів культурно-мовних угруповань (система традиційних образів, порівнянь, кінетичні засоби); із мовними особливостями спільноти (система стереотипів, символів, структура текстів, етикетні форми тощо). Лінгвістичний аспект міжкультурної комунікації спрямований на дослідження мовних і паравербальних маркерів культурної інформації в повідомленні з метою досягнення комунікативного співробітництва як взаєморозуміння носіїв різних культур і запобігання

комунікативному конфлікту. Одним із найголовніших завдань теорії та практики міжкультурної комунікації є формування міжкультурної комунікативної компетенції на засадах культурного релятивізму й толерантності до чужої культури та мови, до їхніх культурних стандартів.

2. Міжкультурна й етнокультурна компетенція, їхні складники

Міжкультурна компетентність формується передусім на підставі позитивного ставлення до наявності в суспільстві різних етнокультурних груп. Вона існує як в індивіда, так і в суспільстві зважаючи на політику добровільної адаптації соціальних і політичних інститутів держави до потреб різних культурних груп. Культурні стандарти зафіксовані у знаковій формі культурно- мовного коду, адже володіння іншою мовою ще не передбачає комунікативної успішності — для цього потрібно органічно поєднувати у спілкуванні три взаємно проникні коди: мовний, паравербальний та культурний. Взаємна проникність цих кодів полягає в тому, що в мовному та паравербальному кодах наявні культурно марковані елементи, а культурний код передбачає проекцію на знакові системи природної мови та паравербаліки. У випадку невідповідності, дезінтеграції наведених кодів у спілкуванні комунікативні канали блокуються. За наявності лакун чужого культурного досвіду мовець може компенсувати цю лакуну кодом рідної культури, що нерідко призводить до парадоксів міжкультурної комунікації; зокрема, псевдокомунікації, що характеризується ілюзією спілкування й відповідним непорозумінням, тобто частковим блокуванням каналів комунікації.

Як зазначає О. Трошина, проникнення елементів чужого культурного коду до мовного можливе при заповненні пропусків у структурі фрейму на підставі власного національно-культурного досвіду, що може призвести до побудови помилкових логічних ланцюжків. Слова, дібрані під впливом національно-культурно- специфічного фрейму, викликають невиправдані в іншому коді асоціації, що призводить до нерозуміння. Як свідчить практика,

збої в міжкультурному спілкуванні настають тим імовірніше, чим ближчими є культури одна одній при значному збігові культурем і біхевіорем, тобто правил культурного коду спілкування й реалізації їх у комунікативній поведінці.

Головними стратегіями міжкультурної комунікації дослідники вважають правила Х. Грайса. М. Клайн коректує їх відповідно до норм міжкультурного спілкування таким чином: 1) правило кількості - формулою висловлення по можливості інформативно згідно з правилами дискурсу й нормами культури; 2) правило якості - формулою висловлення відповідно до норм власної культури; не кажи того, що суперечило б уявленню про культурні норми істинності, гармонії, співчуття та / або поваги; 3) правило модальності - не ускладнюй взаєморозуміння більше, ніж того потребують інтереси збереження обличчя й авторитету; 4) уникай двозначності, навіть якщо вона необхідна для ввічливості або збереження основних культурних цінностей, наприклад, гармонії; формулою висловлення такої довжини, яку диктує мета спілкування й дискурсивні правила твоєї культури; структуруй висловлення відповідно до правил твоєї культури.

Розуміння міжкультурної компетенції потребує розгляду понять культури й етнокультурної компетенції, оскільки міжкультурна комунікація передбачає зіткнення культур двох етносів й етнокультурної компетенції партнерів спілкування, що є представниками цих народів.

Визначення культури є складною й дискусійною проблемою гуманітарних галузей науки через наявність різних підходів до її вивчення, багатогранність виявів культури в різних її знакових продуктах, національному характері, ментальності, комунікативних і поведінкових процесах. Американський лінгвіст В. Гуденаф кваліфікував культуру не стільки як матеріальне явище, яке складається з речей, людей, їхньої поведінки, скільки як організацію цих складників у свідомості у вигляді певних моделей пізнання й інтерпретації світу.

З огляду на таке розуміння ми розглядаємо культуру як складний феномен життя певної групи, етносу чи цивілізації, що являє собою збережені в їхній колективній пам'яті символічні способи матеріального й духовного усвідомлення світу, моделі його пізнання й інтерпретації, а також способи колективного існування представників різних народів, одного етносу або певної його групи.

Етнічна культура відтворена в узгодженій системі ідей, схем мислення й поведінки, етичних й естетичних настанов, цінностей, норм (традицій, звичаїв, обрядів, міфів, вірувань, забобонів тощо), а також в організації побуту, суспільного життя, різноманітних знакових продуктах і насамперед - в мові. Етнокультурна ідентичність людини передбачає наявність у складі її свідомості етнокультурної компетенції - системи знань, що зумовлює всі види діяльності представників етносу, зокрема, й комунікативну.

Складники етнокультурної компетенції:

- культурні установки, які ґрунтуються на регуляторній здатності психіки людини й передбачають готовність, схильність до конкретного виду діяльності;

- культурні цінності — зумовлені культурою оцінки предметів і явищ дійсності за критеріями позитивного й негативного, прекрасного й потворного, потрібного й забороненого, придатного та непридатного, корисного й некорисного і т. ін;

- культурні норми - конвенційні регулятивні механізми поведінки людини й людського співіснування у складі етносу, які впливають на різні форми життєдіяльності його представників. До культурних норм відносять традиції -стійкі, автоматичні форми раціональної соціальної поведінки в певних ситуаціях, багаторазово перевірені на практиці; звичаї - загальноприйняті у групі стереотипізовані зразки дій, що визначають правила поведінки в життєвих практичних ситуаціях; ритуали й обряди (останні іноді відносять до традицій) - узвичаєні символічні, санкціоновані суспільством масові процедури поведінки, які супроводжують важливі моменти людського

життя (їх називають жорсткими програмами поведінки, які функціонують у сакральному центрі культури, і від їхнього правильного виконання залежить існування всієї культури й етносу).

Категорія ритму життя в культурах різних народів пов'язана з часом і має два способи репрезентації у вигляді монохромних і поліхромних культур: перші характеризуються одним видом діяльності в певний проміжок часу, тому люди монохронного типу культури втрачають, економлять, пришвидшують, надолужують час; поліхронні культури, навпаки, дотримуються іншого розподілу часу - в один проміжок часу можливими є кілька видів діяльності, що ускладнює планування.

Категорія контексту визначає поділ культур на низькоконтекстні й висококонтекстні. Перші потребують більш детальної інформації для різноманітних контактів, оскільки в них практично відсутні неформальні зв'язки між людьми, унаслідок чого людина є недостатньо інформованою; висококонтекстні культури, навпаки, не потребують додаткової інформації через більш тісні неформальні зв'язки з оточенням.

Категорія простору зумовлює дистанцію під час спілкування, розташування людей за відношеннями влади, керівництва. Не випадково, в різних мовах наявні позначення місцезнаходження керівних органів (в центрі чи вгорі). Це залежить від культури, адже розташування керівників в офісах й установах може бути на верхніх поверхах або у головній споруді установи на середніх поверхах.

Швидкість поширення інформації також зумовлена типом культури: низька швидкість характерна для монохронних культур із низьким контекстом, висока швидкість - для поліхронних культур із високим контекстом.

Вимір дистанції влади передбачає розмежування культур зі значною й незначною дистанцією влади, що зумовлює для перших - перевагу традицій підкресленої поваги, слухняності, відсутності критики і спротиву, для других — рівності, індивідуальної свободи, консультативного стилю спілкування.

Індивідуалізм і колективізм визначає поділ культур на колективістські й індивідуалістські: у перших інтереси групи превалюють над інтересами індивідів і служать засобом захисту останніх (дослідники прикладом таких культур вважають російську, корейську, панамську, пакистанську), у других інтереси індивіда більш вагомі, ніж інтереси групи (культури Австралії, США, Великобританії, Канади тощо).

Вимір маскулінності й фемінності диференціює культури на маскулінні (чоловічі), де центральне місце займає робота, сила, незалежність, відкритість, конкуренція; й фемінні (жіночі), де домінують орієнтація на емоційні зв'язки між людьми, піклування про членів спільноти, на родину, соціальні цінності й домовленості.

Стереотипи засвоюються у процесі занурення людини до певного соціуму й культури (соціалізації й інкультурації) і виконують певні соціальні функції. Знання стереотипів відіграє визначальну роль для ефективного міжкультурного спілкування. С. Тер-Мінасова наводить приклади, коли відсутність таких знань призводила до комунікативного конфлікту: «У Латинській Америці не спрацьовує реклама цигарок «Мальборо»: ковбоя на коні там вважають представником найбільш бідної верстви населення, який може палити найдешевші і тому погані цигарки. Іспанська фірма домовилася з Мексикою щодо продажу великої партії пробок для шампанського, але мала необережність пофарбувати їх у бордовий колір, який в мексиканській культурі є кольором трауру, – і бізнесову оборотку було зірвано».

Серед етнічних стереотипів етнолінгвісти виокремлюють аетостереотипи й гетеростереотипи: перші узагальнюють стандартні уявлення про представників власної етнічної групи та їхню оцінку, другі є оцінкою представників інших етносів, що не завжди відображає реальні риси чужих етнічних груп. У цьому виявляється суб'єктивність й ілюзорність етнічних стереотипів. Властивістю автостереотипізації є прагнення етносу зафіксувати риси ідеалу власного народу, підкреслити найбільш самобутні якості етнічного характеру.

Українська лінгвістка Г. Богданович здійснила низку асоціативних експериментів із метою вияву інтерпретаційного поля авто- й гетеростереотипів у полілінгвокультурній ситуації Криму. Приміром, росіяни Криму вербалізують власну національну специфіку словами: добрі, людяні, Москва, млинці, горілка, поле, великий народ, працьовиті, пельмені тощо. Українці представляють росіян на підставі асоціацій: Москва, гордовиті, добродушні, гостинні, слов'яни, ведмідь, широта душі, культура, Пушкін, можуть мобілізуватися тощо. Кримські татари репрезентують росіян так: Москва, горілка, поле, гарні, веселі, пельмені, слов'яни, русичі, мат, борщ тощо.

Українці надають собі такі автостереотипи: хазяйновиті, сало, невмілі, працьовиті, слов'яни, вареники, пісні, традиції, улюблена робота, Чорнобиль, галушки, Вакула тощо. Росіяни асоціюють українців на підставі мовних одиниць: каштани, сало, борщ, націоналісти, гопак, жадібні, хазяйновиті, веселі, «Первак», вареники, Кучма, «жовто-блакитні» тощо. Кримські татари представляють українців мовними одиницями: сало, гопак, Хрещатик, малоруси, «незалежність» від кого, незалежність, паспорт тощо. Безперечно, з часом певні стереотипи можуть відходити на другий план або зникати, але узагальнена оцінка все ж залишається незмінною.

До невербальних прецедентних феноменів треба зараховувати і всі етнокультурно марковані твори мистецтва, народних промислів й ін. семіосфер культури, які до речі здебільшого мають відповідні позначення в мові (наприклад, для угорців чардаш, для українців гопак). Це створює значні труднощі для опису і кваліфікації прецедентності, особливо у випадках поєднання вербальних і невербальних засобів.

Стосовно прецедентності тексту, то Ю. Караулов, який уперше розглянув саме цей тип феноменів, мав на увазі добре відомий особистості й лінгвокультурній спільноті текст, звернення до якого неодноразово відбувається в дискурсі певної мовної особистості, тобто для дослідника прецедентними є цитати, імена персонажів і творів, а також їхні автори

(інтертекстуальність узагалі). Назва ж «прецедентний текст» може мати подвійний смисл зважаючи на розгляд тексту як знакового культурного продукту і тексту як засобу вербальної фіксації прецедентності. В останньому випадку текст повністю наявний у пам'яті й репрезентований у мовленні як цілісний текст (наприклад, дитячий вірш, загадка, реклама тощо).

У кожній культурі наявні власні прецедентні феномени. Прецедентні феномени у свідомості носіїв однієї культури поєднуються із прецедентними феноменами чужих культур. Наприклад, для українців Британія має прецедентні феномени Робін Гуд, Шекспір, Оксфорд, Бешер-стріт, принцеса Діана тощо, Німеччина — Берлінська стіна, Гете, Гітлер, Мерседес тощо, Росія – Пушкін, Толстой, Достоевський, Чехов, Євгеній Онегін тощо.

Символ (від гр. - розпізнавальна прикмета) є естетично канонізованою культурно значимою концептуальною структурою іншої, ніж первинний зміст реалії чи знака, поняттєвої сфери, що характеризується інтенційністю, образністю, мотивованістю, дейктичністю, імперативністю, психологічністю. На відміну від метафори, яка може бути знаковим підґрунтям виникнення символу.

Смисл символу не можна розшифрувати простим зусиллям розуму, він існує в колективній свідомості певної культурної групи, зокрема, й етносу, в готовому вигляді та вилучається в разі потреби. На думку Ю. Лотмана, символ ніколи не належить до одного синхронічного зрізу культури - він завжди пронизує його по вертикалі, виходячи з минулого та йдучи в майбутнє. У цьому схожість символу з міфом, який також занурює кожне явище до стихії першоджерел і подає таким чином цілісний образ світу. Однак не всякий символ виходить із міфу, а якщо його джерелом є міф, то він перетворюється на символ у сфері культурного зрізу. Міф, як і символ, є історично зумовленим різновидом суспільної свідомості.

Семантика символів є багатоплановою, адже її недостатньо звести до дефініції, оскільки за цією дефініцією також стоїть символ, часто більш

інтелектуалізований (наприклад, символ собору як духовної єдності України передбачає обґрунтування цієї духовної єдності). О. Лосєв зауважував, що символ містить узагальнений принцип дальшого розгортання згорнутого в ньому змісту.

У сучасній культурології та психології міф отримує нове, більш широке значення. Міфи конструюють вторинні світи, у які вірять і мусять вірити всі члени певної спільноти. Наприклад, міф про чорну кішку У росіян, українців існує забобон: якщо чорна кішка перейде дорогу, треба чекати нещастя, невдачі. В англійській культурі чорні коти ~ ознака неочікуваного щастя, тому на листівках із написом «Good Luck» намальовані саме чорні коти. Мовним позначенням міфу є міфологема.

Міфи, як і символи, можуть мати архетипне підґрунтя. Міфологія є скарбницею архетипів (від гр. *archē* - початок, *typos* — образ) — первісних вроджених психічних структур, що є виявом родової пам'яті, історичного минулого етносу, людства, їхнього колективного позасвідомого й забезпечує цілісність та єдність людського сприйняття. Архетипи є складниками етнокультурної компетенції у вигляді образів, які формують архетипні символи й міфи, адже самі архетипи відсутні у сфері етносвідомості, вони наявні в колективному позасвідомому етнічної групи. Наприклад, наведений вище міф про чорну кішку як ознаку нещастя має глибоке архетипне підґрунтя - перегин дороги сприймають як перешкоду в житті (пор.: метафору ЖИТТЯ — це ДОРОГА).

У складі етнокультурної компетенції особливу вагу мають і паравербальні одиниці спілкування, оскільки для кожної етнокультурної групи важливими є фонаційні, жестові, мімічні, пантомімічні, проксемічні, хронемічні й ін. кінеми. Фонаційні кінеми у кожній культурі мають нормативну оцінку. Наприклад, українцям притаманно позитивно оцінювати нормальну швидкість і гучність розмови, чіткість у вимові, виразність. Негативне ставлення українського етносу до надмірної балакучості, пов'язаної з марнослів'ям та неважливістю розмов і зумовленої відсутністю

розумового контролю виражено у фразеологізмах вертіти язиком, як корова хвостом; молоти язиком', ляпати язиком; наговорити повну хату; верзти на всю обихідку; розв'язати язика; язик, як помело (як лопатень, як млин); язик меле; язик без кісток. Українці вважають негативним утрочання в розмову сторонньої особи, що представлено у фраземах і пареміях: пришити пришву (пришви), ні пришити, ні прилатати; нате і мій глек на капусту,; Твоє не мелеться, то й мішка не підставляй; Не до тебе п'ють — не кажи «здоров»; Вона знає, що у нас і в борщі кипить. Італійці ж, навпаки, нерідко говорять один з одним практично одночасно й не оцінюють це негативно. Високою є швидкість мовлення у французів, румун, циган. Багатослів'я та перифрастичність є манерою висловлювання в арабів, що в деяких інших культурах розцінюють негативно. С. Тер-Мінасова наводить приклад комунікативного конфлікту між викладачкою російської літератури та студентами з Таїланду, яких образила манера викладачки говорити гучно, чітко і ясно, що було розцінено як: «Вона на нас кричить», — оскільки тайці звикли до інших фонетичних і риторичних параметрів.

Міжкультурна комунікація передбачає знання мови жестів двох культур, що контактують. У слов'ян жест прощання подібний до жесту запрошення у японців. Указівний жест японців автентичний жесту вимагательства (жебрацтва) у США. Через це американці вважають, що порт'є в японських готелях завжди вимагають із них гроші, хоч насправді порт'є в Японії не беруть чайових. Жест згоди в Болгарії тотожний українському жесту заперечення. Коли українці говорять про себе, вони вказують на груди, що для японців є дивним жестом, оскільки вони у таких випадках торкаються носа.

Різняться культури ще і швидкістю жестикуляції. Так, британський психолог М. Арджайл встановив, що в середньому фін використовує 1 жест на годину, італієць – 80 жестів, француз - 120, мексиканець - 180 жестів.

Проксемічні показники в різних культурах також відмінні. Зокрема, це стосується дистанції між співрозмовниками, зумовленої культурними

традиціями. А. Піз у книзі «Мова рухів тіла» демонструє розмову американця та японця таким чином: «Японець, чия інтимна зона складає 25 сантиметрів, постійно робив крок уперед, щоб звузити простір. При цьому він вторгався до інтимної зони американця, який відступав на крок назад, щоб розширити свій зональний простір». З огляду на таку поведінку американець вважав японця зухвалим, а японця дивувала зверхність американця. Зазначмо, що зони інтимної дистанції у північно-західних народів сягають 60 сантиметрів, у східноєвропейських народів — приблизно 45 сантиметрів, що може зумовити подібну ситуацію міжкультурного спілкування між представниками цих народів. Дослідження семи країн Європи продемонстрували, що для особистісного простору під час спілкування англійці використовують більшу зону, ніж французи й італійці, які мають більший простір спілкування, ніж ірландці та шотландці.

Постава й розташування партнерів спілкування також мають глибокий культурний зміст у багатьох народів і залежать від статусу комунікантів. Так, у кенійського племені луо зять і теща під час розмови мають повернутися одне до одного спинами. Тайці почуваються приниженими й ображеними, коли співрозмовник сидить, заклавши ногу за ногу і спрямувавши ногу на партнера спілкування.

Культурно маркованою є хронеміка. За результатами досліджень різних етносів і їхніх культур виокремлено дві головні моделі часу: монохронну - у вигляді шляху, поділеного на сегменти; поліхронну — у вигляді спіральних траєкторій чи кола. Ці моделі зумовлюють ставлення різних етносів до часу: пунктуальність і точність властива монохронним культурам і відсутність часового розкладу, потреби знати точний час - поліхронним; Це має значення під час ділових зустрічей, міжнародних переговорів, коли часова непунктуальність співрозмовника створює підстави для конфліктного міжкультурного спілкування.

Погляд (окулістика) також є одним із визначальних засобів установавання контакту в міжкультурній комунікації і залежить від типу

культури: контактної чи неконтактної. В контактних культурах прямий погляд є нормальним явищем і свідчить про щирість співрозмовника, викликає довіру до нього; у неконтактних культурах люди намагаються не дивитися прямо у вічі, це вважають некоректним, невічливим і навіть зухвалим (у багатьох культурах Азії формою вираження поваги до людини є заборона пильно дивитися на нього). А. Баронін наводить приклад зумовленості погляду у спілкуванні культурними традиціями: «Шведи під час розмови дивляться один на одного більше, ніж англійці. Індіанці племені навахо вчать дітей не дивитися на співрозмовника. У південноамериканських індіанців племен вітуто й бороро мовець і слухач дивляться в різні боки, а якщо оповідач звертається до великої аудиторії, він зобов'язаний повернутися до слухачів спиною і перевести погляд углиб хатини. Японці під час розмови дивляться на шию співрозмовника, кудись під підборіддя, таким чином, що очі й обличчя партнера знаходяться в полі периферійного зору. Прямий погляд в обличчя є невічливим». Пильно розглядати незнайому людину для багатьох народів є своєрідним табу.

Табу (від полінезійського Ха. — виділяти, відзначати і ри - зовсім, цілком, Іари - заборонений, священний) у міжкультурній комунікації є надзвичайно значущим. Табу є заборонаю вживання деяких слів, мовних виразів, паравербальних засобів, розмов на певну тему чи в певній формі, зумовленою соціально-політичними, історико-культурними, релігійними, етичними й естетичними чинниками. Так, для індійців і тайців образливим є підморгування, що для європейців є знаком насмішки або недовіри до співрозмовника. Небажаними для неконтактних культур є торкання, рукостискання (кінеми шакесики). Приміром, для китайців рукостискання так само неприємне, як для європейців хлопання по плечу незнайомих людей. У деяких культурах заборонено під час спілкування чоловікові торкатися чоловіка, натомість жінкам це дозволено. В азіатських культурах не можна торкатися голови співрозмовника, це сприймають як образу та приниження.

Як бачимо, формування міжкультурної компетенції передбачає оволодіння не лише вербальним кодом спілкування, а і всіма складниками чужої культури.

3. Принципи етноцентризму та культурного релятивізму в теорії міжкультурної комунікації

Міжкультурна комунікація ґрунтується на двох альтернативних принципах оцінки культур, представники яких є учасниками спілкування. Домінантним у сучасній теорії та практиці міжкультурної комунікації є принцип культурного релятивізму, згідно з яким культурні цінності різних народів визнають рівноправними, культуру кожного народу відносною, адекватно оцінити котру можна не за якимись універсальними критеріями, а виходячи із самої культури, її закономірностей і цілісності. Аналіз й оцінювання змісту інших культур може відбуватися й відносно стандартів і норм власної культури за умови визнання рівноправності та повноцінності власної й інших культур. Культурний релятивізм як бажана характеристика мовної особистості створює необхідні передумови для комунікативного співробітництва як взаєморозуміння у процесі міжкультурної комунікації, хоч і висуває високі вимоги до людини, оскільки позбавляє її звичних ціннісних орієнтирів.

Головні положення культурного релятивізму сформульовані американським соціологом У. Самнером, розвинуті його співвітчизниками антропокультурологом Р. Бенедикт й антропологом, учнем Ф. Боаса М. Херсковіцем у середині ХХ ст., хоч ще фундатор американської антрополінгвістики Ф.Боас першим висловив думку про самоцінність окремих культур. М. Херсковіц відмовився від європоцентризму в описі й поясненні культур різних народів. Культуру він розумів як неповторну, унікальну модель створеного людиною середовища існування, яка визначається традицією, зумовленою системою цінностей, специфічною для кожного народу. На його думку, у кожній культурі є культурний фокус - найістотніша риса цієї культури. Дослідник виокремив три аспекти

культурного релятивізму: методологічний, спрямований на опис певної культури в її власних термінах; філософський, що полягає у визнанні множинності шляхів культурного розвитку й запереченні еволюційної зміни стадій культурного росту; практичний, що передбачає залучення до індустріальної цивілізації архаїчних культур за умови збереження їхньої культурної самобутності. Підґрунтям культурного релятивізму М. Херсковіц вважав процес інкультурації як входження індивіда ще з дитинства до рідної культури.

Етноцентризм є однією з головних перешкод міжкультурних контактів і нерідко призводить до комунікативного конфлікту в міжкультурному спілкуванні. Етноцентризм пов'язаний з опозицією МИ ~ ВОНИ та архетипами свій — чужий. Чинниками його формування вважають почуття нетерпимості до інших народів, зверхності власного народу тощо.

Етноцентристські етапи мають такі рівні:

заперечення культурних розбіжностей між етнічними групами, що виявляється в ізоляції та сепарації;

захист, коли людина сприймає вже усвідомлені на попередньому рівні культурні розбіжності як загрозу для власного існування й намагається протистояти цій загрозі шляхом дифамації (наклепу), відстоювання переваги власної культури без прямого заперечення інших;

применшення як остання спроба зберегти етноцентристську позицію (на цьому етапі культурні розбіжності визнають і не оцінюють негативно через формування універсальної оцінки людини як створіння Божого). Останній етап є перехідним до етнорелятивістських, коли людина, по-перше, визнає можливість поваги культурних розбіжностей; по-друге, прагне опанувати норми й цінності чужої культури, адаптуватися; по-третє, повністю пристосовується до чужої культури й формує у власній особі мультикультурну особистість. На думку етнологів, модель М. Беннета є ідеальним способом формування міжкультурної компетенції.

4. Проблеми інкультурації й акультурації

Міжкультурна комунікація передбачає поєднання власної етнічної та культурної ідентичності з чужою етнокультурною компетенцією. Тому важливими в теорії та практиці міжкультурної комунікації є проблеми інкультурації й акультурації.

Інкультурація є засвоєнням людиною культурних норм, цінностей, надбань певного угруповання, набуття культурної ідентичності, тобто усвідомлення своєї належності до відповідної культури шляхом ототожнення себе, свого світогляду, поведінки з культурними- зразками, що дає змогу людині орієнтуватися в певному соціокультурному середовищі, упорядковувати власну життєдіяльність, передбачати її наслідки, обирати той чи інший спосіб, манеру і зразок спілкування. Процес набуття людиною етнічної та культурної ідентичності дає змогу їй ставати повноправним членом суспільства, почуватися більш-менш комфортно, сприймати й розуміти навколишній світ й адекватно реагувати на нього. Термін «інкультурація» уведений М. Херсковіцем у 1948 р. Приблизно в той самий час американський антрополог К.Клакхон запропонував дублетний термін «культуралізація». Більш уживаний термін «інкультурація» нерідко ототожнюють із терміном «соціалізація» зважаючи на широке розуміння культури як будь-якої біологічно не успадкованої діяльності, закріпленої в певних результатах. Однак більшість дослідників усе ж розмежовують ці терміни: соціалізація є гармонійним входженням індивіда до соціального середовища, а інкультурацію трактують як засвоєння особистістю духовної та матеріальної культури соціуму й етнічної групи, до якої людина належить. Результатом інкультурації є емоційна та поведінкова схожість індивіда з іншими членами групи й відмінність від представників інших етнокультурних груп.

Американський антрополог М. Херсковіц розглядав інкультурацію на двох рівнях. Перший (дитинство) забезпечує стабільність культури, адже дитина засвоює культурний досвід попередників у незмінному вигляді, ще не

маючи змоги оцінити його. На цьому рівні діти навчаються найважливішим елементам, установкам і нормам культури, набувають певних культурних навичок, однак їхнє ставлення до засвоєного є некритичним, оскільки діти лише слідують правилам культурної гри, відтворюють уже наявні в культурі зразки, уникаючи випадкових і нових елементів. Цей етап триває до завершення підліткового віку. Осередками інкультурації для дитини є родина, вікова група, школа, ЗМІ, церква, спортивні й інші гуртки. Психологічними механізмами на цьому етапі вважають імітацію як усвідомлене наслідування певній моделі поведінки; ідентифікацію як прагнення дитини до ототожнення з батьками, близькими людьми; почуття сорому та провини як негативні механізми, що коригують формування культурних табу й оцінок.

Другий рівень інкультурації (зрілість) є усвідомленим засвоєнням культурних норм і цінностей та оцінкою їх під кутом зору власних потреб і наслідків культурної ідентифікації. Така оцінка детермінує можливі зміни в культурі, надає їй динамізму при збереженні певних консервативних структур, оскільки зріла людина може не приймати або заперечувати деякі культурні явища та вносити до культури відповідні зміни. Гармонійну й послідовну інкультурацію завершує формування менталітету як сукупності здатностей індивіда мислити, відчувати та сприймати світ, ідентифікуючи себе із соціокультурною спільнотою. Інститутами інкультурації на цьому рівні є навчальні заклади, професійне середовище, родина, громадянське суспільство, засоби масової інформації тощо.

Дослідники розрізняють три способи передачі культурної інформації: вертикальну трансмісію (вплив батьків на дітей), горизонтальну трансмісію (вплив спілкування з ровесниками), непряму трансмісію (вплив навчання у школі, вищих закладах освіти, дорослого оточення).

Термін «інкультурація» застосовували також як синонім акультурації в контексті культурних контактів й адаптації людей до чужих культурних умов. Але в такому значенні він був витіснений терміном «аккультурація».

Акультурація є процесом засвоєння людиною чужої культури, адаптацією до нових культурних умов із метою досягнення сумісності із соціокультурним середовищем. Це поняття у вузькому значенні культурної асиміляції застосовували ще наприкінці XIX ст. в американській культурній антропології у зв'язку з дослідженнями процесів культурних змін у середовищі північно-американських індіанців Ф. Боасом, В. Холмсом, В. Мак-Джі, Р. Лоуї. У перші десятиліття XX ст. американські культурні антропологи Р. Редфілд, Р. Лінтон, М. Херсковіц досліджували акультурацію в ракурсі взаємодії різних культурних груп як змішування й досягнення стану етнічної та культурної однорідності (наприклад, формування американської культури).

Акультурацію розглядали спершу як процес контактування відмінних у культурному відношенні етнічних груп, у результаті чого обидві змінюють вихідні культурні моделі, а культури змішуються. Аналізу підлягали здебільшого зміни традиційних культур під впливом західної цивілізації. Дослідники вважали, що невідворотним і неминучим результатом такої взаємодії культур є стан етнічної однорідності, що згодом було кваліфіковано як спрощений погляд на етнокультурну взаємодію. Саме в межах цього підходу виникла концепція «плавильного котла» культур.

Поступово теорія акультурації зазнавала змін, згодом акультурацію почали розглядати в аспекті психології індивіда. Дослідники виокремили чотири головних форми акультурації:

- асиміляцію як прийняття людиною чужої культури з відмовою від власної, первинної сепарацію - заперечення чужої культури зі збереженням власної культурної ідентичності;

- маргіналізацію як втрату власної первинної культурної ідентичності за умови відсутності зацікавлення в чужій культурі через дискримінацію чи сегрегацію з боку чужої культури;

- інтеграцію як поєднання своєї й чужої культури.

Найбільш оптимальною формою акультурації, на думку сучасних дослідників проблеми, є інтеграційна, що зумовлює формування двокультуральної особистості. Результатом акультурації є адаптація індивіда до життя в чужій культурі. Така адаптація має два вияви: психологічний і соціокультурний. Перший відтворюється у психологічному задоволенні, формуванні почуття особистої та культурної ідентичності. Другий полягає в умінні вільно орієнтуватися в новій культурі, вирішувати власні соціальні проблеми, в отриманні гарної роботи, наявності професійних досягнень, добробуту і т. ін.

Акультурація здійснюється в кілька етапів:

нульова фаза як підготовча (збір інформації про культуру іншого народу, перше знайомство з мовою);

фаза вживання в культуру (вороже ставлення до культури й мови, порушення уявлення про ідентичність, втрата орієнтації в соціокультурному просторі);

адаптивна фаза (деяке примирення з чужою культурою шляхом пошуку спільного з власною культурою або допустимого для себе);

етап рівноваги, що здебільшого триває два роки при перебуванні в чужій країні (зменшення міри критики чужої культури, прагнення створити об'єктивну думку);

остання фаза (повернення додому й адаптація до своєї культури, порівняння культур і вражень).

Результати акультурації зумовлені зрілістю культур, способами міжетнічних контактів (завоюваннями, економічною експансією, політичним впливом, мирним співробітництвом тощо), глобальною та регіональною ситуацією, мовною політикою держави.

5. Культурний шок

Виявами культурного шоку є напруга через зусилля, спрямовані на досягнення психологічної адаптації; почуття втрати; почуття самотності; порушення рольових очікувань і самоідентифікації; тривога від усвідомлення культурних розбіжностей, яка може перетворюватися на відразу до нової культури; почуття меншовартості через неспроможність керувати ситуацією. Культурний шок спричинений руйнуванням звичної системи орієнтацій, стереотипів, установок, норм і цінностей. Він може мати негативні й позитивні наслідки для індивіда. Сучасні дослідники розглядають його як частину звичайного процесу адаптації до нових умов, що сприяє культурному розвитку особистості.

Перебіг культурного шоку характеризується п'ятьма етапами в моделі і-подібної кривої адаптації: від добре до гірше, далі - до погано, краще, добре. Чинниками подолання культурного шоку є індивідуальні характеристики людини (стать, вік, освіта, професія тощо), мотиви адаптації, досвід, дистанція між рідною й чужою культурами, важливість збереження обличчя, умови нового середовища існування.

У міжкультурній комунікації застосовують термін «комунікативний шок» – різке усвідомлюване розходження в нормах, традиціях спілкування народів, що виявляється в умовах безпосереднього комунікативного акту й викликає подив, неадекватно інтерпретований представником однієї лінгвокультурної спільноти з позицій власної комунікативної культури. Виявом комунікативного шоку є як невербальна комунікативна поведінка, так і сфера соціального символізму народу. Комунікативний шок може викликати шумові ефекти або спричинити комунікативний конфлікт чи цейтнот.

Міжкультурний тренінг

У теорії та практиці міжкультурної комунікації головним методом оволодіння міжкультурного компетенцією є міжкультурний тренінг, метою

якого є зниження етноцентризму, формування культурного релятивізму, толерантності до чужої культури й підготовка людини до міжкультурних контактів, зокрема, спілкування. Тренінгу передують дидактичні методи навчання: просвітницька робота - отримання знань про історію народу, географічне положення країни, звичаї, традиції, літературу, мистецтво тощо; орієнтування, що є програмою набуття норм, цінностей, правил поведінки в чужому культурному середовищі; й інструктаж, у процесі якого людина отримує інформацію щодо проблем, які можуть виникнути під час контактів з чужою культурою. В основі міжкультурного тренінгу лежить, по-перше, загальнокультурний тренінг, що дає змогу усвідомити норми, установки й цінності власної культури; по-друге, тренінг диференціації спрямований на вияв розбіжностей і навичок їхнього розпізнавання; по-третє, тренінг культурного релятивізму; по-четверте, методика рольових ігор, орієнтована на Ігрове переживання в ситуаціях міжкультурного спішування за умови усунення його конфліктних моментів і на формування вмій і навичок сприйняття чужої культури.

Практична частина

Практичне заняття №1

Тема. Комунікація як об'єкт дослідження

План

1. Роль комунікації в інформаційному суспільстві.
2. Мова як основний засіб спілкування та вираз особистості.
3. Витоки теорії мовленнєвої діяльності.
4. Соціокультурні особливості мовної особистості
5. Особливості усної та письмової комунікації.

6. Процес спілкування. Види спілкування.

7. Основні правила ведення мовлення.

Література:

1. Абрамович С.Д., Чікарькова М.Ю. Мовленнєва комунікація: Підручник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – С.3-16.
2. Ковалевська Т.Ю. Комунікативні аспекти нейролінгвістичного програмування: Монографія. – Одеса: Астропринт, 2008. – С.10-20.
3. Кузнєцова О.Д. Засоби масової комунікації. Посібник. – Львів: ПАІС, 2005. — С. 3-8.
4. Крысин Л.П. Речевое общение и социальные роли говорящих // Социально-лингвистические исследования. – М., 1976.
5. Почепцов Г.Г. Слушатель и его роль в актах речевого общения // Языковое общение: Единицы и регулятивы: Межвузовский сборник научных трудов. – Калинин, 1987.
6. Формановская Н.И. Речевой этикет и культура. – М., 1989.
7. Селіванова О.О. Основи теорії мовної комунікації: підручник. – Черкаси: Видавництво Чабаненко Ю.А., 2011. – С. 9-30.

Додаткова література:

Горелов И.Н. Невербальные компоненты коммуникации. – М., 1980.

Соковнин М.В. О природе человеческого общения: Опыт философского анализа. – Фрунзе, 1974.

Завдання

Прочитайте уривок із п'єси Б.Шоу "Пігмаліон", наведіть приклади різних мовленнєвих актів.

Практичне заняття №2

Тема. Комунікативна особистість

План

1. Базова модель комунікації.
2. Мовна діяльність і комунікація.
3. Мова як основний засіб спілкування та вираз особистості.
4. Вербальна і невербальна комунікація: загальна характеристика.
5. Значення мовленнєвої комунікації для обраної Вами професії.

Література:

1. Абрамович С.Д., Чікарьова М.Ю. Мовленнєва комунікація: Підручник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – С.329-370.
2. Психологія: Підручник / Ю.Л. Трошев, В.В. Рибалка. – 4-те видання, стереотип. – К.: Либідь, 2003. – С.468-476.
3. Шапарь В.Б. Как читать человека по лицу, почерку, позе, мимике, жестам. – Харьков-Белгород, 2010. – С.9-138.

Запитання для самоконтролю:

Що таке спілкування?

Про що говорить вміння запитувати, говорити, слухати?

Як потрібно сприймати партнера?

Завдання:

Підготуйтеся відтворити різні стилі спілкування (демократичний, авторитарний, суперечливий). Для цього обираються 5-7 учасників, які імітуватимуть колектив. Далі подається якась проблема (ситуація), і кожний висловлює свою точку зору (шляхи вирішення). Аудиторія пробує вгадати, який стиль спілкування застосовано. Можливі ситуації (проблеми):

прихід "новенького";

розформування фірми;

обговорення того, чи варто йти на новий кінофільм;

перехід на роботу у другу зміну;

купівля подарунків на Новий рік.

Зробіть текст яскравим, художнім, емоційним, уживши порівняння, епітети та метафори.

І знову літо. Спека. Полудень. Поблизу озеро. Воно знаходиться в тіні дерев. Хочеться викупатися у воді.

3. Скажіть наступні фрази зі звичайною та іронічною інтонацією:

Андрійко розумний хлопець. Скоро настане комунізм. Зарплатню обіцяли видати вчасно. Ось приклад шляхетності!

Напишіть текст рекламного оголошення про курси, на яких навчають мовленнєвій комунікації (вказіть, що саме тут буде вивчатися та яку користь це може принести в житті). Виберіть найбільш вдалий варіант реклами.

Пригадайте мовленнєву ситуацію, коли у Вас не було "заготовлено" потрібного топіка. Як Ви вийшли з неї? Чи зверталися за допомогою? Якщо так, то наскільки корисною вона виявилася?

Практичне заняття №3

Тема. Міжособистісна взаємодія

План

1. Особливості взаємодії в соціальній психології.
2. Форми поведінки особистості у міжособистісній взаємодії.
3. Взаємодія і міжособистісний вплив.

Література:

1. Абрамович С.Д., Чікарьова М.Ю. Мовленнєва комунікація: Підручнк. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – С.249-304.
2. Селиванова Е.И. Основы лингвистической теории текста и коммуникации: Монографическое учебное пособие. – К.: Брама, 2004. – С.157-178.

3. Семенюк О.А. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб./ О.А. Семенюк, В.Ю. Паращук. – К.: ВЦ "Академія", 2010. – С. 121-125.
4. Станкевич Н. Українська мова професійного спілкування: Навчальний посібник. – К.: Каравела, 2006. – С.95-99.
5. Культура фахового мовлення: Навчальний посібник / за ред. Н.Д. Бабич. – Чернівці: Книги-XXI, 2005. – С.111-264.

Запитання для самоконтролю:

Які є різновиди запитань?

Які засоби спілкування називаються коректними?

Які методи спілкування обирають досвідчені промовці?

Яка мета використання некоректних засобів суперечки?

Завдання:

1. Ознайомтесь зі статтею О.О. Селіванової "Коммуникативный шум: к постановке проблемы" у "Віснику Черкаського ун-ту. Сер. філолог.наук". – 2000. – Вип.15. – С.3-10.
2. Знайдіть у художніх текстах випадки комунікативного шуму. Визначте, на якому рівні комунікативної ситуації цей шум виникає і які засоби його створюють.
3. Напишіть промову на одну із запропонованих тем:
"Слово – зброя. Як усяку зброю, його треба чистити й доглядати" (М. Рильський).
"Чудова думка втрачає свою цінність, якщо вона погано висловлена"
(Вольтер).
"Мрію я словами відмикати людське серце..." (Л. Забашта).

Практичне заняття 4

Тема: Дискурсологія та теорія мовної комунікації: спільні проблеми

План

1. Дискурсологія як лінгвістична дисципліна. Об'єкт і предмет дискурсології.

2. Дискурс-аналіз: передумови, завдання та проблематика.
3. Критичний аналіз дискурсу: передумови, завдання та проблематика.
4. Політична лінгвістика: напрями та проблеми.
5. Напрямок етнографії мовлення в дискурсології.
6. Конверсаційний аналіз як напрям дискурсології.

Література:

1. Абрамович С.Д., Чікарькова М.Ю. Мовленнєва комунікація: Підручник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – С.249-283.
2. Ковалевська Т.Ю. Комунікативні аспекти нейролінгвістичного програмування: Монографія. – Одеса: Астропринт, 2008. – С.116-176, 250-254.
3. Селіванова О.О. Основи теорії мовної комунікації: Підручник. – Черкаси: Видавництво Чабаненко Ю.А., 2011. – С. 272-299.
4. Семенюк О.А. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. / О.А. Семенюк, В.Ю. Паращук. – К.: ВЦ «Академія», 2010. – С. 140-158.

Завдання

Законспекуйте параграф «Дискурсивная психология» із книги М.Л. Макарова «Основи теорії дискурсу». – М., 2003. – С. 75-82.

Опрацюйте розділ «Язык и идеология» із книги С.Г. Тер-Мінасової «Язык и межкультурная коммуникация». – М., 2004. – С. 247-296.

Ознайомтесь із розділом «Функциональная структура семиотического пространства» із книги О.Й. Шейгал «Семиотика политического дискурсу». – М., 2004. – С. 121-153.

Здійсніть аналіз тексту на засадах критичного дискурс-аналізу. Визначте мовні засоби риторики опозиції. мовленнєвого матеріалу, достатній для висновків про реальне.

Допишіть речення:

Слухаючи, потрібно...

Уміння слухати – це...

Слухання з цікавістю допоможе...

Слухання корисне під час...

Підготуйте коротке усне повідомлення "Нерефлексивне слухання".

Напишіть виступ "Рефлексивне слухання".

Підготуйте доповідь "Особливості гендерного спілкування".

Практичне заняття №5

Тема. Теорія і практика міжкультурної комунікації

План

1. Теорія й практика міжкультурної комунікації: об'єкт, предмет, передумови, завдання.
2. Міжкультурна й етнокультурна компетенція, їхні складники.
3. Мовна репрезентація стереотипів.
4. Принципи етноцентризму та культурного релятивізму в теорії міжкультурної комунікації.
5. Проблеми інкультурації й акультурації.
6. Паравербальні засоби в міжкультурній комунікації.
7. Символи, архетипи, міфи, їхня роль у міжкультурній комунікації.
8. Культурний шок.
9. Міжкультурний тренінг.

Література

1. Абрамович С.Д., Чікарькова М.Ю. Мовленнєва комунікація: Підручник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – С.249-283.
2. Ковалевська Т.Ю. Комунікативні аспекти нейролінгвістичного програмування: Монографія. – Одеса: Астропринт, 2008. – С.116-176, 250-254.

3. Селіванова О.О. Основи теорії мовної комунікації: Підручник. – Черкаси: Видавництво Чабаненко Ю.А., 2011. – С. 272-299.
4. Семенюк О.А. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. / О.А. Семенюк, В.Ю. Паращук. – К.: ВЦ "Академія", 2010. – С. 140-158.

Завдання

1. Які стереотипи оцінки тварин наявні в українській етнос відомості. Випишіть із фразеологічного словника української мови фразеологізми, у яких зафіксовано оцінні стереотипи тваринного світу. Використайте з цією метою розділ "Мовна концептуалізація тваринного світу в українській фразеосистемі" із книги О.О. Селіванової "Нариси з української фразеології". – К. – Черкаси, 2004. – С. 143-165.

2. Випишіть із художнього твору зарубіжної літератури в перекладі українською мовою приклади специфічних для цієї культури реалій, паравербальних засобів, символів тощо. Користуйтеся коментарями та примітками до обраного Вами твору або тлумачними чи енциклопедичними словниками.

Завдання для самостійної роботи

Самостійна робота № 1 (4 год.)

Тема: Комунікація в навчанні

Завдання: Підберіть бібліографію до теми «Комунікація в навчанні».

Самостійна робота № 2 (4 год.)

Тема: Тактики спілкування

Завдання: Визначте за матрицею параметрів тип вербальної комунікації:

1943 рік

26/X/1943

Сьогодні я знову в Москві. Привіз з Києва стареньку свою матір. Сьогодні ж узнав од Большакова і тяжку новину: моя повість «Україна в огні» не

вподобалася Сталіну, і він її заборонив для друку і для постановки.

Що його робити, ще не знаю. Тяжко на душі і тоскно. І не тому тяжко, що пропало марно більше року роботи, і не тому, що возрадуються вразі і дрібні чиновники перелякаються мене і стануть зневажати. Мені важко од свідомості, що «Україна в огні» — це правда. Прикрита і замкнена моя правда про народ і його лихо. Значить, нікому, отже, вона не потрібна і ніщо, видно, не потрібно, крім панегірика (О. Довженко).

Пелюстинка мешкала у трояндовій оселі. Принцеса сама була мов ніжний пуп'янок. Її волосся закосичувалося білими лілями або червоними маками чи блакитними барвінками. На світанку ця славна дівчина усміхалася. Її лагідна усмішка осяювала весь Квіткокрай (О. Мрійко, Пригоди квіткової принцеси).

Сучасні нормативні граматики не зажди послідовно затримуються дихотомії парадигматичних (нелінійних) і синтагматичних (лінійних) одиниць. Коректність викладу матеріалу передбачає, по-перше, послідовне розмежування інваріантних (абстрактних) і варіантних (конкретних) одиниць П.Козленко, стаття).

Дорогий друже! Вітаю тебе зі святом! Бажаю здоров'я тобі та всім близьким. Як твої справи? Чи отримав ти мого попереднього листа? Як почуввається Галина?

— От і принесли нам лебеді на крилах життя.

— Життя?

— Еге ж: і весну, і життя. Тепер, внучку геть-чисто все почне живати: скресне крига на ріках та озерах, розмерзнеться сніг у деревах, прокинеться грім у хмарах, а сонце своїми ключами відімкне землю.

— Діду, а які у сонця ключі?

— Золоті, внучку, золоті.

— Як воно відмикає ними землю?

— А ось так: якоїсь доброї години гляне сонце із свого віконечка і, побачить, що там і земля, і люди, і худібка, і птиця помарніли і скучили за весною, та й спитає місяця-брата, чи не пора землю відімкнути? Місяць

кивне головою, а сонце посміхнеться і на промінні спустить у ліси, у луки, в поля і на воду ключі, а вони вже знають своє діло! (М. Стельмах, Гуси-лебеді летять).

Самостійна робота № 3 (4 год.)

Тема: Ефективність вербальної комунікації

Завдання: 1. Законспекуйте фрагмент книги В. В. Красних «Основи психолінгвістики и теории коммуникации». – М., 2001. – С. 193–202.
2. Розгляньте схему «Структура коммунікативного акта» на с. 195. Проаналізуйте відповідність цієї схеми її описові на вказаних сторінках книги.

Самостійна робота № 4 (4 год.)

Тема: Моделі комунікації

Завдання: Опрацюйте параграф «Моделі комунікації» із підручника Ф. С. Бацевич «Основи коммунікативної лінгвістики». – К., 2004. – С.47–51. З'ясуйте, у чому специфіка трансакційних моделей комунікації.

Самостійна робота № 5 (4 год.)

Тема: Правила конспектування

Завдання: Законспектувати статті:

- Безрукова В. Конспект и конспектирование / В. Безрукова // Народное образование. – 2001. – № 5. – С. 150–154;
- Колесникова Н. И. От конспекта к диссертации: Учеб.пособие по развитию навыков письменной речи.– М. : Флинта: Наука, 2002.– С. 46–50.

Самостійна робота № 6 (4 год.)

Тема: Стилi спілкування

Завдання: Ознайомтесь із параграфами «Язык животных в природе», «Говорящие животные» підручника В.П. Беляніна «Психолінгвістика».– М., 2003. – С. 34–38.

Самостійна робота № 7 (4 год.)

Тема: Система організації простору спілкування

Завдання: Ознайомтесь із темою «Невербальні засоби спілкування» із підручника Л. В. Савченко «Ораторське мистецтво: історія красномовства і сучасна риторична комунікація». – Сімферополь, 2009. – С. 294–354.

Самостійна робота № 8 (4 год.)

Тема: Комунікативний простір і його структура

Завдання: Опрацюйте розділ «Жанровая составляющая эволюции дискурсивной компетенции» із книги І. М. Горелова і К. Ф. Седова «Основы психолінгвістики». – М., 2005. – С.252–259.

Самостійна робота № 9 (4 год.)

Тема: Основні форми вербальної комунікації

Завдання: Законспектуйте фрагменти книги В.П.Шейнова «Искусство убеждать». – М., 2004.– С. 10–34, 113–127.

Самостійна робота № 10 (4 год)

Тема: Комунікація і політика

Завдання: Охарактеризуйте мовлення відомого політика на всіх мовних рівнях. Випишіть засоби мовленнєвого впливу.

Самостійна робота № 11 (4 год)

Тема: Мовленнєвий вплив як результат комунікативної взаємодії

Завдання: Запишіть 5 текстів телереклами або письмової реклами. Визначте комунікативні стратегії й тактики, мовні засоби їхньої репрезентації та невербальні чи паравербальні складники.

Самостійна робота № 12 (2 год)

Тема: Ефективність слухання. Роль контактної зони у спілкуванні

Завдання: Охарактеризуйте кожну контактну зону у спілкуванні та доберіть по одному прикладу.

Самостійна робота № 13 (2 год)

Тема: Масова реклама і комунікація

Завдання: Знайдіть 5 прикладів реклами і опишіть, який вплив вони здійснюють на людей.

Самостійна робота № 14 (2 год)

Тема: Теорія і практика міжкультурної комунікації

Завдання: Опрацюйте розділ «Реальный мир, культура, язык.

Взаимоотношение и взаимодействие» із книги С. Г. Термінасової «Язык и межкультурная коммуникация». – М., 2004.– С. 4 –109.

Самостійна робота № 15 (2 год)

Тема: Мовленнєвий вплив

Завдання: Опрацюйте статтю О. О. Селіванової «Мовні засоби репрезентації стратегічних програм в українському рекламному теледискурсі» у збірнику наукових праць «Українська журналістика: умови формування і перспективи розвитку». –Черкаси, 2007. – С. 234-240

Самостійна робота № 16 (4 год)

Тема: Теорія «культурної грамотності». Міжособистісна взаємодія

Завдання: Запишіть правила успішного спілкування та статут гарної мови.

Самостійна робота № 17 (2 год)

Тема: Етикет в ситуації знайомства та світської розмови. Пошук предмета розмови на основі спільних інтересів. «Ключові аспекти» національної культури

Завдання: Підготуйтеповідомлення про етикетдвохкраїнсвіту.

Самостійна робота № 18 (2 год.)

Тема: Міжособистісна взаємодія

Завдання: Які максими ефективного спілкування і правила переконання не застосовують співрозмовники в наведених ситуаціях? Спробуйте змодельовати ці ситуації так, щоб створити кооперативну інтеракцію.

- *Вікторе Павловичу, відпустіть мене на дві години раніше.*
- *А що трапилось?*
- *Справа в тому, що приїжджає моя сестра з двома дітьми, мені її треба зустріти.*
- *А може, ваш чоловік її зустріне?*
- *Ой, що ви! Його керівник не відпустить, у них роботи багато.*
- *А в нас мало роботи. Не можу Вас відпустити.*

До приймальні входить людина і прямує до дверей кабінету керівника.

Секретарка:—Туди не можна! Олег Петрович зайнятий.

Відвідувач:—Мене записано на цей час.

Секретарка:—Я Вас не пам'ятаю. Як Ваше прізвище?

Відвідувач: Записався мій керівник, але він зайнятий і доручив це мені.

Секретарка: - Ні, я не можу Вас пропустити. Ви не записані.

Виховательці дитячого садка телефонує завідувачка:

- *Наталя Петрівна! Завтра до нас приходить комісія. Я хочу, щоб відкрите заняття провели саме Ви.*

- *Вибачте, я вже три дні працюю в першу зміну. А саме завтра в мене залік в університеті.*

Знаєте, нам Ваше навчання вже кісткою в горлі! Тільки й робимо, що під Вас підлаштовуємося. Якщо Ви не проведете заняття, я відміню Ваш графік і тоді навчання буде Вашою проблемою.

— *Нехай відпрацює Ніна, це ж її обов'язок.*

— *Я все вже сказала. Розмову закінчено.*

— *Сергію Миколайовичу! Я б хотіла піти у відпустку в липні.*

- Людмила Іванівно, у Вас відпустка у вересні.
- Але я хочу в липні, у мого чоловіка відпустка також у липні, і ми хочемо поїхати разом на море.
- Усі хочуть. Я Вам нічим не зобов'язаний. Даруйте, але я Вас і звільнити можу.
- Ірино Петрівно! Доброго дня! Це телефонує Ваша студентка, яка писала у Вас кваліфікаційну роботу. Зараз я пишу у Вас дипломну роботу. Ви повинні мені сказати тему і призначити консультацію.
- А, це та студентка, яка навіть мені не зателефонувала й не сказала, яку оцінку вона отримала на захисті.
- Я отримала п'ятірку. Але ж я не знала, що я піду на п'ятий курс і писатиму у Вас дипломну роботу.
- Ой, як же Вам важко буде в житті з таким спілкуванням. Ну, що ж приходьте завтра об одинадцятій.
- Ні, я не можу, я йду до стоматолога.
- Ну, це Ваші проблеми. До зустрічі.

1. Законспекуйте працю І. Томана «Мистецтво говорити». На які аспекти мовлення звертає увагу автор?

2. Спробуйте імітувати проведення інтерв'ю. Для цього потрібні щонайменше 2 особи – кореспондент та інтєв'юєр. Людина, в якій беруть інтерв'ю, обирає собі будь-яку соціальну роль і заздалегідь повідомляє про неї "кореспондента". Той, також заздалегідь, готує список питань. На інтерв'ю потрібно відвести чітко окреслену кількість часу, в якій гравці повинні вкластися.

Приклад: питання до "популярного письменника": 1) Як Ви думаєте, чим зумовлений шалений успіх Ваших книг? 2) Чи пам'ятаєте, як Ви почали писати? 3) Серед персонажів Ваших книг є реальні люди? 4) Звідки Ви черпаєте сюжети? 5) На яку аудиторію розраховані Ваші твори? 6) Скільки разів Ви були одружені? 7) Чим зумовлена криза інституту сім'ї?

1. Запишіть 10 текстів телереклами або письмової реклами. Визначте комунікативні стратегії й тактики, мовні засоби їхньої репрезентації та невербальні чи паровербальні складники. Проаналізуйте техніки нейролінгвістичного програмування в рекламі.

2. Випишіть із матеріалів передвиборчого виступу будь-якого політичного лідера мовні засоби впливу. Які стратегії вони репрезентують? На які психічні функції свідомості вони орієнтовані: на логіку мислення, емоції, почуття, відчуття, – або на підсвідомі механізми психіки?

3. Опрацюйте фрагменти книги В.П. Шейнова "Искусство убеждать". – М., 2004. – С.35-59.

4. Які стратегії й тактики мовленнєвого впливу застосовують комуніканти в наведених фрагментах текстів:

У крамниці.

– Добрий день. У мене сьогодні день народження. Мама хоче зробити салат, але немає зеленого горошку. Я знаю зараз крамниця зачиняється. Чи Ви не дозволите мені зайти й купити горошок? Я швиденько.

– А що без горошку вже ніяк не можна?

– Розумієте, частувати особливо нічим, знаєте, який зараз час. Криза. Особливо не розживешся. Вся надія на салати. А салат без горошку, вже зовсім погано.

– Ну то прохось, іменинник.

– Доброго дня Ніно Дмитрівно! Яка сьогодні погода чудова, чи не так?

– Добридень, Сашко. Погода, дійсно, сьогодні гарна.

– Скоро канікули, нарешті Ви відпочинете від нас.

– Так, всі втомлені – і ми, і ви. Мабуть теж не можете дочекатися канікул?

– Так, але хотілося б закінчити рік із гарними оцінками.

– А як у тебе справи з оцінками?

– Та ніби нічого, якщо б по Вашому предмету підвищити бали.

– А чому ж не вчив як потрібно?

– Я вчив, але як тільки трошки гірше підготуюсь, Ви як відчуваєте і одразу питаєте. А коли гарно вивчу, то якимось чином не помічаєте мене.

– Так, за двадцять років роботи всіх наскрізь бачиш, хто підготувався, а хто ні.

– Але сьогодні я вже вивчив як слід.

– Ну то подивимось.

Ознайомтесь із темою «Невербальні засоби спілкування» із підручника Л.В.Савченко «Ораторське мистецтво: історія красномовства і сучасна риторична комунікація». – Сімферополь, 2009. – С. 294-354.

Законспектуйте статтю "Текстова категорія" із "Лінгвістичної енциклопедії" О.О. Селіванової. – Полтава, 2010. – С.719-721.

Тестові завдання

Level_1.1

Зв'язки з громадськістю – це {

=піар-діяльність

~сфера бізнесу

~комунікативна діяльність

}

Перша модель комунікації була запропонована {

~Аристотелем

~Г. Лассуеллом

=К. Шенноном

}

Основними компонентами комунікаційного процесу за Лассуеллом є {

~оратор, аудиторія, засоби передачі інформації

~комунікатор, повідомлення, зворотній зв'язок

=адресант, повідомлення, канал, адресат, зворотній зв'язок

}

До засобів комунікації належать {

~технічні засоби зв'язку

~поза, жести

=вербальні, невербальні, технічні засоби

}

Найбільш ефективна комунікація – це комунікація за допомогою {

~технічних засобів

=безпосереднє спілкування віч-на-віч

~використанням невербальних засобів комунікації

}

Основна мета переговорів – це {

~демонстрація сили

=консенсус

~утвердження власних інтересів

}

Соціальна комунікація – це {

=процес міжособистісного спілкування

~спеціальний вид реклами

~процес передачі інформації

}

До способів захисту від перешкод сприйняття інформації відноситься {

=повтор повідомлення в різний час

~значне підвищення гучності мови

~видалення з аудиторії слухачів, які заважають комунікатору

}

Ефективність комунікації в організації визначається {

=отриманням запланованих результатів у запланований час без залучення додаткових коштів

~особистою думкою керівника організації

~кількістю засобів комунікації

}

Яку категорію людей ми допускаємо у свою «інтимну» зону {

=родичів

~знайомих людей

~будь-кого

}

З точки зору теорії комунікації, люди, на судження яких орієнтується їхнє оточення, – це {

~соціометричні зірки

=лідери думки

~референтна група

}

Поняття «зворотний зв'язок» уведено {

=в кібернетичній моделі комунікації

~у психологічних моделях комунікації

~в іміджевих моделях комунікації

}

Яка функція засобів масової комунікації виходить на перший план у період виборів {

~регулююча

~культурна

=мобілізує

}

Хто з науковців має відношення до психологічних досліджень комунікації {

~К. Шеннон

~Г. Гадамер

=К. Г. Юнг

}

Яка функція засобів масової комунікації може бути визначена як «передача спадщини» {

~інформаційна

~регулююча

=культурна

}

Масова комунікація – це {

=процес споживання інформації масовою аудиторією

~процес поширення масової інформації за допомогою технічних засобів

~міжособистісна комунікація

}

Одним із засобів невербальної комунікації є {

=тактильний контакт

~словесний наказ

~лист

}

До ресурсів комунікації належить {

=комунікаційні технології

~вища освіта

~наявність аудиторії

}

Цільова аудиторія може бути диференційована {

~за соціально-демографічним принципом

~за політичним принципом

=за будь-яким принципом у залежності від мети комунікації

}

Відмінність масової аудиторії від спеціалізованої полягає {

~у чисельності

~у ступені експресивності

=в організованості та наявності спільної мети

}

Фізіогноміка – це {

~наука про будову обличчя людини

=наука про зв'язок рис обличчя із психікою людини

~наука про зв'язок між статурою та психікою

}

Соціологи розуміють під комунікацією {

~взаємодію

=передачу соціальної інформації

~обмін інформацією між складовими динамічних систем

}

Учасником комунікаційного процесу є {

=адресант

~канал

~повідомлення

}

Під час комунікації має бути {

=матеріальний об'єкт

~об'єкт нематеріального характеру

~обидва об'єкти

}

Масова комунікація – це {

~опосередкована взаємодія двох суб'єктів

=цілеспрямована взаємодія великої кількості суб'єктів

~спілкування людей за допомогою технічних засобів

}

Психологічними функціями масової комунікації є {

~інформаційна

=формування масової психології

~інтеграційно-комунікаційна

}

Комунікаційний канал – це {

~спеціальний вид комунікаційної діяльності

=засіб цілеспрямованої передачі інформації

~матеріальний носій інформації

}

Вербальний канал комунікації ґрунтується {

~на засобах комунікації

~рівні підсвідомості

=мовних здібностях людини

}

Для передачі мовних повідомлень людина має володіти {

=природною мовою

~іноземною мовою

~штучною мовою

}

Вплив слова на фізіологічні та психологічні процеси забезпечує {

~контактна функція

=регулятивна функція

~емотивна функція

}

Адресат – це {

~об'єкт комунікації

=суб'єкт комунікації

~лист

}

Level_2.1

Визначте, яке поняття відповідає запропонованим положенням {

~метою комунікації є отримання нових знань

~метою комунікації є спонукання аудиторії до здійснення яких-небудь дій

~метою комунікації є маніпулювання аудиторію

=метою комунікації є встановлення контактів

}

Хто з науковців має відношення до герменевтичного аналізу комунікації {

~К. Шеннон

=Г. Гадамер

~К. Юнг

~З. Фрейд

}

Засоби масової комунікації – це {

=спеціальні канали, завдяки яким відбувається поширення інформаційних повідомлень на великі території

~технічні засоби фіксації, копіювання, тиражування текстів

- ~технічні служби, що забезпечують передачу та прийом повідомлень
- ~засоби і системного поширення великих обсягів інформації, що адресована масовій аудиторії

}

Яке питання в моделі комунікаційного процесу Г. Лассуелла зайве {

- ~хто повідомляє

- ~повідомляє що

- =повідомляє як

- ~яким каналом

}

Класична модель комунікації складається з таких елементів {

- ~оратор, аудиторія, засоби передачі інформації

- ~комунікатор, повідомлення, канал передачі, комунікант, зворотній зв'язок

- =джерело повідомлення, кодування, повідомлення, канал передачі, декодування, одержувач, зворотний зв'язок

- ~повідомлення, канал передачі, комунікант

}

Однією з основних цілей переговорів є {

- =досягнення згоди

- ~демонстрація сили

- ~утвердження власних інтересів

- ~збори колективу

}

Не відноситься до причин комунікативних невдач {

- ~логічні бар'єри

- =вплив навколишнього середовища

- ~неправильне оформлення повідомлення

- ~неконгруентність невербальних і вербальних сигналів

}

Яке з цих понять стосується семіотичного підходу до комунікації {

- ~інформація

- =символ

- ~шум

- ~канал комунікації

}

Семіотичний аспект спілкування враховує {

- ~цінності спілкування

- ~учасників спілкування

- ~цілі спілкування

=знаковий характер спілкування

}

Level_2.2

КОРОТКИЙ СЛОВНИК ТЕРМІНІВ ДО ДИСЦИПЛІНИ

Вербальна (лат. verbalis, від verbum — слово) **комунікація** (лат. communicatio — зв'язок, повідомлення) — процес взаємообміну інформацією шляхом мови (усної, писемної, внутрішньої), який відбувається за своїми внутрішніми законами, вимагає активної розумової діяльності та ґрунтується на певній системі усталених норм.

Внутрішнє мовлення — внутрішнє, незвукове звертання особи до себе чи до уявного співрозмовника; особливий внутрішній план мовлення, глибший, ніж семантичний; механізм мовного мислення; живий процес народження думки в слові.

Герменевтика (грец. hermeneutikos — роз'яснюю, витлумачую) — філософський напрям, виникнення якого обумовлене наявністю непорозумінь, відсутністю згоди між людьми у процесі комунікації.

Гіперкомунікативність — намагання особистості стати центром спілкування, неадекватне усвідомлення позиції партнерів, ігнорування їхніх точок зору.

Гіпокомунікативність — нездатність індивіда нормально контактувати, організувати зворотний зв'язок із співрозмовником.

Громадська думка — соціально вагоме, типове оцінне судження, що повторюється стосовно важливих і принципових для суспільства, певного колективу подій, форм діяльності.

Декодування інформації (лат. informatio — роз'яснення, виклад поінформованість) — перекладання інформації мовою одержувача (адресата).

Джерело інформації (комунікатор) — суб'єкт, який формує зміст, структуру інформації, що передається.

Дискурс (франц. discours — промова, виступ) — багаторівневе утворення вербального і невербального характеру (знання просвіт, думки, настанови, цілі мовця), побудоване за певними правилами.

Дискусія (лат. discussion — розгляд) — широке публічне обговорення спірного питання. Диспут (лат. dispute — міркую, сперечаюсь) — спір на наукову, літературну чи іншу тему.

Дистанційне навчання — цілеспрямований процес діалогової взаємодії суб'єктів комунікації незалежно від їх розміщення в просторі й часі, що передбачає комунікацію між учителем та учнями за допомогою спеціальних технічних засобів (компакт-диски, комп'ютерні мережі, аудіографічна форма, відеоконференції та ін.).

Діалог (грец. dialogos — бесіда, розмова) — репліки у процесі комунікації двох або кількох осіб.

Електронна пошта — оперативне листування віддалених суб'єктів шляхом приймання і відправлення електронних листів з одного комп'ютера глобальної мережі на інший.

Етикет (франц. etiquette) — усталений порядок поведінки особи; сукупність правил поведінки (ритуалів), що регулюють зовнішній вияв відносин між людьми, культури особистості.

Етикетна поведінка (зокрема, мовна) — поведінка за соціально, культурно й історично сформованими моделями поведінки в типових ситуаціях спілкування і взаємодії вчителя й учнів.

Жести (лат. gestus — положення, поза, рух тіла) — рухи, які мають сигнальне значення; виражальні рухи головою, рукою у процесі комунікації.

Засоби інформації — інструменти передавання повідомлення каналами комунікації.

Зворотний зв'язок — реакція на почуте, прочитане або побачене; інформація (у вербальному або невербальному вигляді), яку відсилає відправнику реципієнт, демонструючи ступінь розуміння, довіри до повідомлення, засвоєння й погодження із повідомленням.

Знакові (комунікативні) системи — системи обміну й передавання інформації: природні (вербальні, невербальні засоби), штучні (засоби комп'ютерної комунікації).

Інтерактивна група — форма групового прийняття рішення співробітниками, які мають певну мету і з'ясовують конкретне питання.

Інтерактивний керівник — керівник, який намагається досягнути консенсусу, участі всіх членів колективу у спільній роботі, прийнятті рішення в умовах взаємодії та взаєморозуміння.

Інтерактивність (лат. *inter* — префікс, який має значення “поміж”, “між”, і лат. *activus* — діяльний, дійовий) — спеціально організована пізнавальна діяльність, що має яскраво виражену соціальну спрямованість. Інтуїція (середньолат. *intuitio* — уява, споглядання, від *intueor* — уважно дивлюся, звертаю увагу) — здатність індивіда бачити особливості інших людей через безпосереднє споглядання, без логічної аргументації.

Інформаційний потік — рух у певному середовищі даних (інформації), структурованих на підставі змістово-цільового взаємозв'язку та впорядкованості, спрямованої від джерела до суб'єкта-користувача.

Інформація (лат. *informatio* — роз'яснення, виклад (висловлення), поінформованість) — деякі відомості, сукупність будь-яких даних, знань та ін.

Канали комунікації — шляхи, якими пряма і зворотна інформація рухається до різноманітних суспільних груп та від них.

Квazідіалог (лат. *quasi* — ніби, майже і грец. *dialogos* — бесіда, розмова) — внутрішня дидактична розмова (керований внутрішній дидактичний діалог, що здійснюється у формі інструкцій, які припускають, що людина вже володіє основною інформацією стосовно певного твердження). Комп'ютерна комунікація — процес взаємообміну інформацією між суб'єктами за допомогою вербальних і невербальних комунікативних систем, опосередкований комп'ютерними засобами комунікації (електронна пошта, телеконференції, Web-конференції, чат, форум).

Комп'ютерна тривожність (технофобія, технострес) — стійкий стан емоційно-психічного дискомфорту, що відчувається користувачем під час роботи з комп'ютером.

Комп'ютерний фанатизм (лат. *fanaticus* — несамовитий, шалений) — прихильність людини до комп'ютера, нездатність обійтися без нього у найпростіших ситуаціях.

Комунікативна поведінка вчителя — організування мовного процесу й відповідної невербальної поведінки вчителя, що впливає на створення емоційно-психологічної атмосфери педагогічного спілкування, взаємини між учителем та учнями, стиль їхньої діяльності.

Комунікативна потреба — самостійна потреба індивіда у встановленні комунікативних зв'язків з іншими людьми, яка є основою для створення постійної мотиваційної потреби в самопізнанні, особистісному зростанні у процесі професійно-педагогічної комунікації взагалі.

Комунікативний простір — соціально-психологічне середовище, яке впливає на суб'єктів комунікації інформацією (її змістом, цінністю, новизною), засобами комунікації (вербальними, невербальними, інформаційно-комунікаційними), прийнятими у конкретному освітньому середовищі (навчальному закладі, студентській групі, класі) правилами спілкування, моральними нормами взаємодії, звичаями, мовленнєвими ритуалами тощо.

Комунікативний процес — безпосередній або опосередкований обмін інформацією між суб'єктами комунікації.

Комунікативний характер — сукупність стійких, домінуючих якостей особистості, що виявляються у типовій для неї активності у комунікативній діяльності й у ставленні до навколишнього світу, інших людей, себе.

Комунікативні бар'єри — абсолютна чи відносна, суб'єктивно пережита чи реально наявна перешкода ефективній комунікації.

Комунікативні звички — комунікативні дії, що стали потребою.

Комунікативні здібності — якості, що забезпечують ефективність комунікативної діяльності; здатність до спілкування з людьми; індивідуально-психологічне поєднання властивостей особистості, серед яких найбільш значущими є перцептивно-рефлексивні: почуття емпатії, що виявляється у швидкому, порівняно легкому і глибокому проникненні у психологію учня, в умінні бачити світ очима учня; почуття міри й такту, що виражається в умінні дотримуватися норми у взаєминах з учнями, виявляючи до них чуйність, об'єктивність, співчутливість і терпимість; почуття причетності, що виражається в чутливості до достоїнств і недоліків власної діяльності і діяльності учнів.

Комунікативні знання — узагальнений досвід людства в комунікативній діяльності, відображення у свідомості людей комунікативних ситуацій у їх причинно-наслідкових зв'язках і відношеннях; основа для здійснення будь-якої комунікації, самореалізації, збагачення особистісного комунікативного досвіду.

Комунікативні навички — автоматизовані усвідомлені дії, що сприяють швидкому й точному відображенню комунікативних ситуацій, обумовлюють адекватність сприйняття, розуміння об'єктивного світу й вплив на нього у процесі педагогічної комунікації.

Комунікативні уміння — комунікативні дії, засновані на ґрунтовній теоретичній і практичній підготовленості, що дає змогу творчо

використовувати комунікативні знання, навички для відображення і перетворення дійсності.

Комунікативність (лаг. *communicatio* — зв'язок, повідомлення) — сукупність істотних, відносно стійких властивостей особистості, що сприяють успішному прийманню, розумінню, засвоєнню, використанню й передаванню інформації.

Комунікативність учителя — сукупність істотних, стійких властивостей особистості, що сприяють прийманню, розумінню, засвоєнню, використанню і передаванню педагогічної інформації, тобто інформації, спрямованої на навчання й виховання учнів.

Комунікація (лат. *communicatio* — зв'язок, повідомлення) — специфічний процес взаємообміну інформацією у системах “людина — людина”, “людина — комп'ютер”, “людина — комп'ютер — людина”; процес самостійного пошуку інформації та її використання з метою самовдосконалення особистості, збагачення її за рахунок інформації. Конфлікт (лат. *conflictus* — зіткнення, від *confligo* — борюся) — реальні або ілюзорні, об'єктивні або суб'єктивні, по-різному усвідомлені протиріччя між людьми зі спробами їх емоційного вирішення.

Культура мови — галузь знань, яка вивчає нормативність мови, її відповідність суспільним вимогам; індивідуальна здатність особи вільно володіти різними функціональними стилями.

Культура мовлення — упорядкована сукупність нормативних мовленнєвих засобів, вироблених практикою людського спілкування, які оптимально виражають зміст мовлення і задовольняють умови і мету спілкування.

Локальна комп'ютерна мережа (Internet) — сукупність серверів (підключений до мережі комп'ютер, що надає її користувачам певні послуги; джерело ресурсів мережі) і робочих станцій (комп'ютер, підключений до мережі, через який користувач отримує доступ до її ресурсів). Мережний етикет (сетікет) — сукупність норм (правил) поведінки в інформаційному просторі (www.setiket.by.ru).

Метафізична персоніфікація — сприйняття комп'ютерної системи як особистості загалом або наділення її певними особистісними якостями.

Міжособистісний інтелект — здатність людини розуміти інших, усвідомлювати мотиви їхньої діяльності, ставлення до роботи, удосконалювати співпрацю з ними, розпізнавати настрої, мотиви та прагнення інших людей і відповідно на них реагувати.

Міжособистісний комунікативний простір (дистанція спілкування) — відстань між тими, хто спілкується.

Міжособистісний конфлікт — ситуація взаємодії людей, за якої вони дотримуються несумісних цінностей і норм, намагаючись реалізувати їх у взаємовідносинах чи у гострій конкурентній боротьбі, здобути обмежені ресурси, утвердити свої інтереси тощо.

Міміка (грец. *mimikos* — наслідувальний) — зовнішній прояв психічних станів, передусім емоційних, через сукупність координованих рухів м'язів обличчя; виражальні рухи м'язів обличчя.

Мовлення — процес добору і використання засобів мови для спілкування з іншими членами певного мовного колективу; форма існування живої мови.

Модель — образ, аналог (уявне або умовне) зображення, опис, схема, креслення, графік і т. п.) об'єкта, процесу, що відображає його структуру, властивості, взаємозв'язки і відносини між елементами, полегшуючи процес здобуття інформації про нього.

Монолог — тривале говоріння однієї особи, не розраховане на негайну словесну реакцію у відповідь; акт тривалого і цілеспрямованого впливу на слухачів.

Мотив спілкування — бажання спілкуватися з певною не завжди усвідомленою метою.

Невербальна комунікація — процес взаємообміну інформацією шляхом використання для передавання повідомлень немовних засобів комунікації.

Одержувач інформації (реципієнт) — особа (група осіб), яка приймає інформацію та відповідно реагує, визначає результативність комунікації.

Опосередковані комунікативні зв'язки — зв'язки між суб'єктами комунікації (“учитель — комп'ютер — учитель”, “учитель — комп'ютер” та ін.), що передбачають включення “посередника” (комп'ютер, листування, телефонні розмови, рефлексію, суб'єктів як передавачів інформації та ін.) як передавача інформації та характеризуються роз'єднанням у часі й віддаленістю у просторі.

Пантоміміка — виражальні рухи всього тіла або окремої його частини.

Педагогічна інформація — інформація, спрямована на навчання і виховання учнів.

Педагогічне спілкування — система соціально-психологічної взаємодії між учителем та учнем, спрямована на створення оптимальних соціально-психологічних умов для спільної діяльності.

Педагогічний діалог — дія в педагогічному процесі, яка дає змогу кожному партнерові самовиразитись у спілкуванні.

Переконуючий вплив — комунікативний процес, який передбачає активну взаємодію різних за статусом комунікаторів, які мають різну мету, є комунікативно рівноважними (наділені свободою участі, впливу один на одного, що відповідає суб'єкт-суб'єктній парадигмі).

Писемна комунікація — обмін інформацією між людьми за допомогою друкованого слова; специфічний код мовленнєвої діяльності, кодування інформації з урахуванням графічного способу зв'язку.

Писемне мовлення — мовлення, зафіксоване на папері за допомогою спеціальних графічних знаків.

Потреба у спілкуванні — прагнення людини до пізнання й оцінювання інших, а через це — до самопізнання і самооцінювання.

Професійно-педагогічна комунікація (лат. *communicatio* — зв'язок, повідомлення) — система безпосередніх чи опосередкованих зв'язків, взаємодій педагога, що реалізуються за допомогою вербальних і невербальних засобів, засобів комп'ютерної комунікації з метою

взаємообміну інформацією, моделювання й управління процесом комунікації, регулювання професійно-педагогічних відносин.

Рефлексія (лат. reflexio — відображення) **в комунікативній діяльності** — усвідомлення суб'єктом комунікації її різних елементів (способів діяльності, проблем і шляхів їх подолання, емоційних перетворень, форм комунікації та ін.), що забезпечує прогнозування процесу комунікації, передбачення його наслідків і своєчасну корекцію.

Семантична інформація — інформація, що має певний сенс, який можна зрозуміти й інтерпретувати за допомогою природної мови у процесі комунікації.

Соціально-психологічний клімату колективі — стан міжособистісних стосунків, що виявляється в сукупності психологічних умов, які сприяють або перешкоджають продуктивній діяльності колективу.

Стиль керівництва — цілісна система засобів комунікації керівника з підлеглими, необхідна для реалізації функцій управління у певних умовах діяльності колективу.

Стиль педагогічного спілкування — усталена система способів та прийомів, які застосовує вчитель під час взаємодії.

Структура конфлікту — сукупність стійких зв'язків конфлікту, що забезпечують його цілісність, тотожність, відмінність від інших явищ соціального життя, без яких він не може існувати як динамічно взаємозалежна цілісна система і процес.

Телекомунікаційні технології — технології передавання й одержання інформації за допомогою глобальних комп'ютерних мереж.

Телеконференція (грец. tele — далеко і лат. conferentia, від confero — збираю в одне місце) — спосіб обміну текстовими повідомленнями з деякими співтовариствами зацікавлених у цьому осіб.

Усне мовлення — засіб безпосередньої комунікації в присутності обох мовців чи обох сторін, яка відбувається завдяки сприйнятій органами слуху

усній артикуляції мовних звуків і розрахована на передавання інформації іншим людям з метою впливу на їхню поведінку й діяльність.

Читання — процес сприйняття й смислового оброблення (розуміння) писемного мовлення; процес комунікації посередництвом мовлення (“автор — читач”).

Штучні знакові системи — системи, яким властиві сконструйовані або взяті з різних галузей знань символи, формули, ноти, графи, знаки для позначення зв'язків та відношень елементів.

Література

Базова

1. **Абрамович С. Д.** Мовленнєва комунікація / С. Д. Абрамович, М. Ю. Чікарькова: Підручник. — К.: Центр навч. л-ри, 2004.
2. **Алексеев М. Н., Григорьев С. Г.** Принципы построения учебного Веб-сайта // Материалы XI международной конференции “Информационные технологии в образовании” (ИТО-2001) (<http://ito.edu.ru/2001/ito/III/1/III—1-2.html>).
3. **Андреев А. А.** Дидактические возможности средств информационных и телекоммуникационных технологий в системе дистанционного обучения // Материалы XII международной конференции “Информационные технологии в образовании” (ИТО-98-99) (<http://ito.edu.ru/1998—99/h/andreev-t.html>).
4. **Андрианов М. С.** Анализ процессов невербальной коммуникации как паралингвистики // Психологический журнал. — 1995. — Т. 16. — № 5.
5. **Анцупов А. Я., Шипилов А. И.** Конфликтология. — М.: Юнити, 2000.
6. **Бадмаев В. Ц., Малышев А. А.** Психология обучения речевому мастерству. — М.: Гуманитарный центр ВЛАДОС, 1999.
7. **Белоглазова Л. Б.** Принципы построения образовательного сайта // Материалы XI международной конференции “Информационные технологии в образовании” (ИТО-2001) (<http://ito.edu.ru/2001/ito/IM/1/III—1-40.html>).

8. **Битянова М.** Особенности человеческой коммуникации // Школьный психолог. — 1999. — № 30.
9. **Вацлавик П.** Психология межличностных коммуникаций. — СПб., 2000.
10. **Волкова Н. П.** Педагогічні комунікації: Навч. пос. — Дніпропетровськ: РВВ ДНУ, 2002.
11. **Гойхман О. Я., Надеина Т. М.** Основы речевой коммуникации: Учеб. для вузов / Под ред. О. Я. Гойхмана. — М.: ИНФРА, 1997.
12. **Горелов Н. И., Седов К. Ф.** Основы психолінгвістики: Учеб. пос. — М.: Изд-во “Лабиринт”, 1998.
13. **Гребенкина Л. К., Анциферова Н. С.** Технология управленческой деятельности заместителя директора школы. — М.: Центр “Педагогический поиск”, 2000.
14. **Джалишвили З. О.** Компьютерный диалог в общении и обучении // Материалы X международной конференции “Информационные технологии в образовании” (ИТО-2000) (<http://ito.edu.ru/2000/plenar/plenar25.html>).
15. **Дорошенко С. І.** Основы культуры і техніки усного мовлення. — Харків: “ОВС”, 2002.
16. **Женова Н. А.** Возможности применения Веб-форумов в учебном процессе/ Материалы XI международной конференции “Информационные технологии в образовании” (ИТО-2001) (<http://ito.edu.ru/2001/ito/111/1/111—1-9.htm>).
17. **Журавлев В. И.** Основы педагогической конфликтологии. — М.: Российское педагогическое агентство, 1995.
18. **Зайченко О. І., Острроверхова Н. М., Даниленко Л. І.** Теорія і практика управлінської діяльності районного відділу освіти: Монографія. — К.: “ВПЦ Техпрінт”, 2000.
19. **Иващенко Ф. И.** Особенности установления психологического контакта с учащимися // Педагогика. — 1999. — № 2.

20. **Іванишин В., Радевич-Винницький Я.** Мова і нація. — Дрогобич: Вид. фірма “Відродження”, 1994.
21. **Інформатика:** Комп'ютерна техніка. Комп'ютерні технології: Підручник для студ. вищих навч. закладів / За ред. О.І. Пушкаря. — К.: ВЦ “Академія”, 2002.
22. **Кандинский Б. С.** Техника устной коммуникации. — М.: МГПИ, 1988.
23. **Кан-Калик В. А.** Грамматика общения. — М.: Роспедагентство, 1995.
24. **Кан-Калик В. А.** Учителю о педагогическом общении. — М.: Просвещение, 1987.
25. **Крутова Н.** Внеречевое общение — средство педагогического воздействия // Народное образование. — 2001. — № 8.
26. **Крыжко В. В., Павлютенков Е. М.** Психология в практике менеджера образования. Материалы для специалиста учебного заведения. — СПб.: КАРО, 2001.
27. **Кушнірик Т. Д.** Подолання конфліктності серед педагогів. Соціально-педагогічний аспект // Практична психологія та соціальна робота. — 1999. — № 9-10.
28. **Лабунская В. А.** Невербальное поведение (социально-перцептивный подход). — Ростов-на-Дону: Изд-во Ростов, ун-та, 1986.
29. **Лабунская В. А.** Проблема обучения кодированию-интерпретации невербального поведения // Психол. журнал. — 1997. — Т. 18. — № 5.
30. **Лалл Джеймс.** Медіа, комунікації, культура. Глобальний підхід: Пер. з англ. — К.: “К.І.С.”, 2002.
31. **Леонтович О. А.** Проблеми віртуального спілкування // Полеміка. — № 7. — International Research and Exchanges Board, 2001 ([http://www.irex.ru/publications/polemika/7 leontovich. htm](http://www.irex.ru/publications/polemika/7_leontovich.htm)).
32. **Леонтьев А. А.** Педагогическое общение. — М.: Знание, 1979.
33. **Мелибруда Е. Я.** Я — Ты — Мы. Психологические возможности улучшения общения. — М.: Просвещение, 1986.

34. **Миккин Х. Х.** Невербальные коммуникации в диадах // Труды по психологии. — Вып. 335. — № 3. — Р на/Д: Ростов, гос. ун-т, 1986.
35. **Морозов В. П.** Психологический портрет человека по невербальным особенностям его речи // Психол. журнал. — 2001. — Т. 22. — № 6.
36. **Мурсалімова Н.** Ситуаційні фактори, які визначають стиль поведінки керівника при командному менеджменті // Вісник УАДУ. — 2001. — № 4.
37. **Мусатов С.** Педагогічна комунікація: Психологічні витоки та особливості // Освіта і управління. — 1999. — Т. 3. - № 3.
38. **Носенко Е. Л., Чернишенко С В.** Методологічні аспекти забезпечення запам'ятовування інформації при розробці дистанційних навчальних курсів: Метод, посіб. — Д.: РВВ ДНУ, 2003.
39. **Орлов П. И., Лушанский А. М.** Научно-образовательная сеть Харькова: содержание, проблемы и перспективы: Научно-практ. пособие. — Харьков: Ун-т внутр. дел, 2000.
40. **Основи** дистанційного навчання. Дистанційний курс: Навчальний посібник / За ред. В. М. Кухаренко. — Харків: ХДПУ, 1999.
41. **Основи** нових інформаційних технологій навчання: Посіб. для вчителів / Авт. кол.; За ред. Ю. І. Машбіца. — К.: ТЗМН, 1997.
42. **Парыгин Б. Д.** Анатомия общения. — СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 1999.
43. **Петрова Е. А.** Жесты в педагогическом процессе: Учеб. пос. — М.: Моск. город, пед. об-во, 1998.
44. **Пиз А.** Язык телодвижений. Как читать мысли других людей по их жестам. — Нижний Новгород: “АН кью”, 1992.
45. **Почепцов Г. Г.** Теория коммуникации. — М.: “Реалбук”; К.: “Ваклер”, 2001.
46. **Сагач Г. М.** Риторика: Навч. посіб. для студ. — 2-е вид., перероб. і доп. — К.: Вид. дім “1н Юре”, 2000.
47. **Селиванова Е.А.** Основы лингвистической теории текста и коммуникации. — К., 2002.

48. **Селіванова О.О.** Основи теорії мовної комунікації: Підручник. – Черкаси: Видавництво Чабаненко Ю.А., 2011.
49. **Семиченко В. А.** Психологія общения. — К.: Центр “Магістр-S”, 1997.
50. **Семиченко В. А.** Психологія речи: Учеб. пос. — К.: “Магістр-S”, 1998.
51. **Сердюк О. П.** Основи управління комунікативним процесом: Підручник. — К.: ІЗМН, 1998.
52. **Шейнов В.П.** Риторика. – М., 2000.

Допоміжна

1. Акишина А.А., Кано Х., Акишина Т.Е. Жесты и мимика в русской речи: Лингвострановедческий словарь. – М., 1999.
2. Андрианов М.С. Невербальная коммуникация: паралингвистический дискурс // Вопросы психологии. – №6. – 1999.
3. Бландел Р. Эффективные бизнес-коммуникации: Теория и практика в эпоху информации. СПб., 2000.
4. Богданов К.А. Очерки по антропологии молчания. – СПб., 1998.
5. Бодалев А.А. Восприятие и понимание человека человеком. – М., 1982.
6. Бурдые П. Социология политики. – М., 1995.
7. Вагин И. Уроки психологической защиты. – СПб., 2001.
8. Введенская Л.А., Павлова Л.Г. Культура и искусство речи: Современная риторика. – Ростов-на-Дону, 1995.
9. Вилсон Г., Маккафлин К. Язык жестов. – СПб., 2000.
10. Гнатенко П.И. Национальная психология: Анализ проблем и противоречий. – К., 1990.
11. Горелов И.Н. Умеете ли вы общаться? – М., 1991. – 240 с.
12. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. – М., 2000.
13. Грошев И.В. Гендерная невербальная коммуникация // Социологические исследования. – №4. – 1999.
14. Журавлев А.П. Звук и смысл. – М., 1991.
15. Зернецька О.В. Нові засоби масової комунікації. – Ростов-на-Дону, 1993.

16. Кастельс М. Информационная эпоха. – М., 2000.
17. Костенко Н.В. Ценности и символы в массовой коммуникации. – К., 1993. – 130 с.
18. Майерс Д. Социальная психология. – СПб., 2000.
19. Мелибруда Е. Я – Ты – Мы: Психологические возможности улучшения общения. – М., 1986.
20. Пиз А. Язык телодвижений. Расширенная версия/ Аллан Пиз, Барбара Пиз. – М.: Эксмо, 2009. – 464 с.
21. Пиз А., Пиз Б. Язык взаимоотношений: мужчина и женщина. – М., 1991. – 300 с.
22. Сергеечева В. Как говорить убедительно: Стратегия и тактика общения. – СПб, 2002.
23. Трескова С.И. Социологические проблемы массовой коммуникации. – М., 1989.
24. Чалдини Р. Психология влияния. – СПб., 2001. – 272 с.

15. Інформаційні ресурси

1. http://dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/3232/2/Pasinok_OKM.pdf
2. <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/6993/1/34.pdf>
3. <http://moodle.mnu.mk.ua/course/category.php?id=115>; логін: zaws143; пароль: 7L8=H?Mm>aXj.
4. http://pidruchniki.ws/1685030339126/psihologiya/psihologichni_osoblivosti_verbalnoyi_komunikatsiyi
5. <http://readbookz.com/book/193/7197.html>
6. http://refs.co.ua/62474.Kommunikativniy_aspekt_obsheniya_Verbal_noe_i_neverbal_noe_obshenie.html
7. http://www.rusnauka.com/4_SND_2009/Philosophia/40423.doc.htm
8. http://www.studmed.ru/rzhi-toman-mistectvo-govoriti_2d376cdedfc.html
9. Бодалев А.А. Восприятие и понимание человека человеком. – М., 1982.

10. Вилсон Г., Маккафлин К. Язык жестов. – СПб., 2000. (10)
11. Костенко Н.В. Ценности и символы в массовой коммуникации. – К., 1993. – 130 с. (11)
12. Майерс Д. Социальная психология. – СПб., 2000. (13)
13. Мелибруда Е. Я – Ты – Мы: Психологические возможности улучшения общения. – М., 1986. (10)
14. Пиз А. Язык телодвижений. Расширенная версия/ Аллан Пиз, Барбара Пиз. – М.: Эксмо, 2009. – 464 с. (30)
15. Пиз А., Пиз Б. Язык взаимоотношений: мужчина и женщина. – М., 1991. – 300 с. (5)
16. Почепцов Г. Коммуникативные технологии XX века. – М.-К., 1999. – 352 с. (11)
17. Селіванова О.О. Основи теорії мовної комунікації: Підручник. – Черкаси: Видавництво Чабаненко Ю.А., 2011. (30)
18. Сергеечева В. Как говорить убедительно: Стратегия и тактика общения. – СПб, 2002. (10)
19. Шейнов В.П. Риторика. – М., 2000. – 280 с. (5)